

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN  
NICOLÁS DE HIDALGO**

**FACULTAD DE CONTADURÍA Y CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**

# **TESIS**

**DESARROLLO TURÍSTICO DE LAS  
REGIONES PRODUCTORAS DE AGUACATE  
DEL ESTADO DE MICHOACÁN**

**L.I. ALBERTO CASIMIRO ANDRADE**

**ASESOR SINODAL:  
DR. JOEL BONALES**

**2006**

## RESUMEN

LAS REGIONES PRODUCTORAS DE AGUACATE PRESENTES EN EL ESTADO DE MICHOACÁN, PROVEEN A LA ENTIDAD UN IMPORTANTE PORCENTAJE DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO CONTABILIZABLE EN LA ECONOMÍA FORMAL. DICHO POTENCIAL PUEDE SER DETONADO EN FORMA DE ATRACCIÓN TURÍSTICA POR SU ARRAIGO Y APEGO A LA CULTURA LOCAL, QUE IMPACTA POR LA IMAGEN QUE GUARDA EL AGUACATE MICHOACANO EN EL GLOBO.

ACTUALMENTE, MICHOACÁN GOZA DE UN STATUS PRIVILEGIADO, AL SER EL PRINCIPAL DESTINO TURÍSTICO EN TODO EL PAÍS, SIN CONTAR CON LOS DESTINOS DE PLAYA.

EL ESTADO DE MICHOACÁN POSEE EXCELENTES RECURSOS NATURALES E HISTÓRICOS QUE HAN POSIBILITADO EL PAULATINO DESARROLLO TRÍSTICO; SIN EMBARGO, ESTE DESARROLLO PUEDE POTENCIARSE EXPONENCIALMENTE ENFOCÁNDOSE A LAS REGIONES PRODUCTORAS DE AGUACATE A TRAVÉS DE LAS DIFERENTES CÁMARAS Y ASOCIACIONES DE PRODUCTORES Y EMPACADORES DEL FRUTO, PARA PODER OFRECER RESULTADOS SOSTENIBLES CON PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN Y CONTROLES EFICACES Y EFICIENTES DE UN SISTEMA DE EXPLOTACIÓN ADECUADO.

SI SE ANALIZAN LOS EFECTOS QUE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA HA TENIDO EN NUESTRA ENTIDAD Y EN LA REGIÓN CENTRO DE LA MISMA, SE PUEDE DELINEAR UN HORIZONTE PROMISORIO, PARA EL CUAL SE DEBERÁN ESTABLECER CIERTOS MECANISMOS QUE POTENCIE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN DICHA REGIÓN, PARA LO CUAL SE DEBERÁN ARTICULAR CIERTOS SECTORES PARA PROVEER PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE COADYUDEN A QUE, FINALMENTE, EL TURISTA QUE TIENE COMO DESTINO LA REGIÓN MICHOACÁN, ALARGUE SU ESTADÍA EN LA ENTIDAD, GENERANDO UN EFECTO ECONÓMICO MULTIPLICADOR QUE IMPACTE DIRECTAMENTE SOBRE LAS DIVERSAS ACTIVIDADES INVOLUCRADAS CON EL QUEHACER TURÍSTICO.

LA ENTIDAD RESPONSABLE DE POTENCIAR EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA ENTIDAD ES LA SECRETARÍA DE TURISMO, PERO ES CIERTO TAMBIÉN QUE SE PUEDE VALER DE OTROS MECANISMOS EXTERNOS COMO EL QUE SE PLANTEA, DE TAL FORMA QUE PERMITA EL ORDENAMIENTO EN FORMATO TURÍSTICO PARA LOS MÚLTIPLES PRODUCTORES DEL AGUACATE EN LA REGIÓN, ASÍ COMO LAS ORGANIZACIONES EMPACADORAS DEL MISMO, PARA SEAN SUCEPTIBLES DE LA INCLUSIÓN DENTRO DEL SISTEMA DE EXPLOTACIÓN TURÍSTICA DEL AGUACATE MICHOACANO, Y POR CONSECUENCIA, LA MEJORÍA DE LA CALIDAD DE VIDA DE LOS MICHOACANOS; POR LO QUE LA SECRETARÍA DE TURISMO,

CONJUNTAMENTE CON LA SECRETARÍA DE ECONOMÍA, ESTÁN EN LA OBLIGACIÓN DE APOYAR A DISEÑAR Y EJECUTAR UN PLAN DE DESARROLLO Y EXPLOTACIÓN TURÍSTICA PARA LAS REGIONES PRODUCTORAS DE AGUACATE, Y ASÍ ASUMIR SU ROL DE INSTITUCIÓN DE APOYO A DICHOS SECTORES.

LO ANTERIOR DEBE REALIZARSE BAJO EL ENTENDIDO DE LA IMPORTANCIA PARA MICHOACÁN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA, SIENDO UNA PARTE IMPORTANTE DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO, AL CONTENER, ADEMÁS, ATRIBUTOS HISTÓRICOS DE VALOR INCALCULABLE Y CATALOGACIONES DE PUEBLOS MÁGICOS Y PATRIMONIO CULTURAL DE LA HUMANIDAD. ES POSIBLE ENTONCES, POTENCIAR AÚN MÁS LA ACTIVIDAD, OFERTANDO ESTAS REGIONES CONJUNTAMENTE CON EL PRODUCTO FRUTÍCOLA DEL AGUACATE EN SU VARIEDAD HASS COMO UN SISTEMA DE EXPLOTACIÓN TURÍSTICA DEL AGUACATE.

EL DESARROLLO QUE SE PROPONE ESTA SIMENTADO EN EL LOGRO DE VARIOS OBJETIVOS:

1. DISEÑAR Y EJECUTAR UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA REGIÓN PRODUCTORA DE AGUACATE, EL CUAL DEBERÁ ESTABLECER LAS BASES DE DICHO DESARROLLO Y SEA ELABORADO POR UNA ORGANIZACIÓN TRANSPARENTE EN SU ARTICULACIÓN, CON LA COLABORACIÓN DE INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS Y DE PROFESIONALES QUE TENGAN INCIDENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA REGIÓN.
2. CREAR NUEVOS ACTIVOS TURÍSTICOS CULTURALES Y ACONDICIONAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES DE LAS REGIONES AGUACATERAS PARA MOTIVAR LA VISITA A LAS MISMAS POR PARTE TANTO DE LOS TURISTAS NACIONALES COMO LOS EXTRANJEROS, Y ASÍ PROMOCIONAR EL AGUACATE MICHOACANO PARA SU CONSUMO MASIVO.
3. GESTIONAR Y FACILITAR LAS CONDICIONES NECESARIAS PARA CREAR UNA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA EN LA REGIÓN Y DIRECTAMENTE EN LOS LUGARES EN DONDE SE CONTEMPLAN LOS DESTINOS, ADEMÁS DE LOS MECANISMOS Y ESTRATEGIAS SISTÉMICAS Y DE CONVENIOS, CON EL PROPÓSITO DE PRESTAR ADECUADAMENTE LOS SERVICIOS QUE DEMANDEN LOS VISITANTES Y USUARIOS DEL SISTEMA.
4. LOGRAR LA VISITA DE LOS DESTINOS (HUERTOS Y EMPACADORAS) DE UNA IMPORTANTE CANTIDAD DE TURISTAS A TRAVÉS DE DIVERSOS MECANISMOS DE FACILITACIÓN Y ACCESO QUE SE CREEN Y DEL ACONDICIONAMIENTO DE MÉTODOS DE TRANSPORTE DE MODO TAL QUE CONTENGAN UNA AFLUENCIA E INFLUENCIA TURÍSTICA CONSTANTE.

## SISTEMA DE EXPLOTACIÓN TURÍSTICA DE LAS REGIONES PRODUCTORAS DE AGUACATE

### LINEAS ESTRATÉGICAS Y ACCIONES:

1. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL
  - a) Diseñar y ejecutar un plan de desarrollo turístico para las regiones aguacateras de Michoacán, con funciones de coordinación de iniciativas para el desarrollo y sostenibilidad del turismo en la entidad.
  - b) Crear centros de Turismo integrado, dependientes del propio sistema, ubicadas en los lugares de interés turístico para que sirvan de centro de información y canalización turística.
  - c) Gestionar y otorgar incentivos para el establecimiento de diversos mecanismos auxiliares al sistema que coadyuven al desarrollo turístico.
  - d) Desarrollar un eficiente programa de seguridad para los excursionistas y turistas con la participación de las diversas organizaciones gubernamentales y organismos de seguridad en el Estado.
  - e) Solicitar asesoría técnica a organismos turísticos nacionales e internacionales.
2. DOTACIÓN Y MANTENIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA
  - a) Dotar a las zonas concernientes de señalización turística
  - b) Coordinar y ejecutar la construcción de mecanismos e infraestructura precisa para los huertos productores y empresas empacadoras que sean de utilidad netamente turística.
  - c) Desarrollar un programa conjunto de mantenimiento y embellecimiento panorámico en los huertos
3. PROYECCIÓN DEL AMBIENTE NATURAL
  - a) Implementar un programa de mantenimiento y embellecimiento de las zonas productoras y empacadoras de aguacate.
4. CONCIENTIZACIÓN TURÍSTICA
  - a) Desarrollar programas de concientización turística en todos los sectores de población.
  - b) Involucrar a los diferentes sectores de servicios y de la población en general en las actividades turísticas.
  - c) Desarrollar campañas educativas con los temas de atención al turista y protección al medio ambiente.
5. CAPACITACIÓN
  - a) Dar apoyo y crear diversos cursos de capacitación enfocados al nivel operativo y en las diversas áreas de contacto directo con el turista, específicamente dentro de los huertos y en el personal que labora en organizaciones hoteleras y restauranteras.
  - b) Dar apoyo al personal que labora en oficinas de Secretaría de Turismo y en oficinas de información turística de los diversos ayuntamientos.
  - c) Crear cursos de capacitación enfocados a personas que aporten diversos productos y servicios conexos al sistema, dando énfasis especial al sector artesanal.

## 6. CREACIÓN DE SUBSISTEMAS

- a) Inclusión de Hoteles de Calidad (Club Tesoros) y servicios de estancia específicos
- b) Subsistema restaurantero “Ruta Gastronómica del Aguacate” en coparticipación con “Club Tesoros”
- c) Subsistema de seguridad “Aguacatour Salud”
- d) Subsistema de belleza “Aguacatour Spa”
- e) Subsistema artesanal “Aguacatour Art”
- f) Subsistema de responsabilidad social y ecológica “Aguacatour Ecológico”
- g) Subsistema de recorridos dentro de ciudades participantes “Aguacatour City”
- h) Subsistema de recorrido a vida nocturna y centros de esparcimiento “Aguacatour Night”
- i) Subsistema de recorridos foráneos “Guacamovil” y vehículo temático
- j) Subsistema infantil “Aguacatilandia”
- k) Ofertas de ecoturismo
- l) Subsistema de servicios conexos adicionales

## 7. POTENCIACIÓN Y CREACIÓN DE OFERTA TURÍSTICA COMPLEMENTARIA

- a) Planeación de mercado artesanal
- b) Certificación de origen al producto por medio de adhesión a la marca
- c) Celebrar actividades de entretenimiento diurnas y nocturnas, dentro de los sitios de tour.
- d) Crear excursiones culturales y de aventura
- e) Rescatar diversas ruinas cuyo estado actual es de abandono

## 8. PROMOCIÓN TURÍSTICA

- a) Crear una alianza estratégica con los operadores turísticos, hoteleros adheridos a cámaras y organizaciones hoteleras y demás empresas turísticas, a través de asociaciones empresariales
- b) Crear un Portal WEB del sistema de Explotación Turística del Aguacate Michoacano
- c) Crear diversos videos promocionales y documentales de las zonas aguacateras y de las zonas con afluencia cultural e histórica.
- d) Coordinar la promoción de las zonas productoras y empacadoras de aguacate con la Secretaría de Turismo estatal y federal
- e) Captar el mercado de paseantes locales, foráneos y extranjeros
- f) Coordinar con Secretarías de Turismo, operadores turísticos e instituciones empresariales la promoción de eventos relacionados con el aguacate de índole regional, nacional e internacional.

## 9. IMPULSO AL CONSUMO DEL FRUTO

## INDICE

### Resumen

### Contenido

1. Introducción
2. Justificación, Objetivo, Aportaciones e Hipótesis
  - 2.1. Justificación
  - 2.2. Objetivo
  - 2.3. Aportaciones
  - 2.4. Hipótesis
3. Regiones aguacateras
  - 3.1. Segmentación de plataforma en la entidad
  - 3.2. Plataforma existente en Morelia
  - 3.3. Plataforma existente en Uruapan
  - 3.4. Plataforma existente en Pátzcuaro
4. Beneficios del Desarrollo turístico de las regiones productoras de aguacate
  - 4.1. Análisis FODA
  - 4.2. Tipos de servicios
  - 4.3. Servicios principales
  - 4.4. Área de estudio de mercado
  - 4.5. Indicadores de mercado internacional
  - 4.6. Indicadores del mercado nacional
  - 4.7. Análisis de competencia
    - 4.7.1. Sistemas de información e Internet
    - 4.7.2. Relación entre Gestión del Conocimiento y Tecnologías de Información.
  - 4.8. Comportamiento de la demanda
    - 4.8.1. Cálculo de muestra para el turismo extranjero
    - 4.8.2. Cálculo de muestra para el turismo nacional
    - 4.8.3. Encuesta
    - 4.8.4. Proyección de la demanda
  - 4.9. Análisis de la oferta.
  - 4.10. Oferta, demanda, precios y comercialización
  - 4.11. Localización
    - 4.11.1. Morelia
    - 4.11.2. Uruapan
    - 4.11.3. Pátzcuaro
  - 4.12. Misión, visión, valores y productos

- 4.12.1. Misión
- 4.12.2. Visión
- 4.12.3. Valores
- 4.12.4. Productos
- 4.13. Cadena de valor

5. El análisis financiero como proyecto de desarrollo turísticos

- 5.1. Tamaño de infraestructura
- 5.2. Aspectos técnicos
- 5.3. Inversiones, presupuesto y financiamiento
  - 5.3.1. Análisis financiero y montos de inversión
- 5.4. Resultados obtenidos

6. Conclusiones

## 1. Introducción

El presente documento se refiere al desarrollo del proyecto Aguacatour, cuyo giro se enfoca a la prestación de servicios turísticos en Michoacán, concretamente en la oferta de tours temáticos del aguacate. Se centra en la prestación de servicios turísticos ya que actualmente tiene gran auge en el Estado y se encuentra como una de las prioridades en el plan de desarrollo del Estado de Michoacán.

Aguacatour se plantea como un servicio tan diferenciado que se podría considerar único en su tipo en el Estado y de los pocos que actualmente hay en la República Mexicana.



## 2. Justificación, Objetivo, Aportaciones e Hipótesis

### 2.1. Justificación

Los países que ostentan actualmente el mayor índice de afluencia turística para destinos no-playeros, han logrado sus niveles de desarrollo gracias a la implementación de mecanismos, aplicación de fondos e implementación de infraestructura especiales, destinados a diversificar su base de infraestructura turística, promoviendo su desarrollo autosustentable.

El desarrollo turístico de las regiones productoras de aguacate, pretende atacar la falta de un programa integral que lo explote turísticamente en sus diversas etapas: productora, comercial e industrial, así como todas las riquezas naturales de la región acompañadas del folklore, cultura y gastronomía de Michoacán.

En tal sentido, para ofertar turísticamente al fruto de manera integral, se plantean una serie de estrategias y productos en torno a sus atributos, de tal forma que el visitante viva la experiencia turística del aguacate en Michoacán. Por ello además de considerar la visita a las principales zonas productoras dentro del Estado. Las estrategias y productos turísticos desarrollados tienen un alcance cualitativo que potencian la percepción de los servicios y productos hacia el turista, que se considerarán para el diseño del Tour Temático del aguacate con la marca AGUACATOUR de mí corazón michoacano®.

Algunos aspectos a tomar en cuenta son: Localización y concentración de huertos, infraestructura carretera existente para llegar a ellos, logística de traslados que optimicen las distancias de las visita a empaques y procesadoras del fruto.

### 1.2. Objetivo

Se parte de la perspectiva de que nuestro país y específicamente, el estado de Michoacán, se encuentra en una zona geográfica con características especiales propicias a nivel mundial para la producción del aguacate en su variedad Hass, importantemente reconocida a nivel internacional como uno de los mas apetitosos frutos para acompañar los alimentos.

En el contexto de la administración, será necesario abordar aspectos legales, estadísticos, técnicos, económicos y financieros para lograr los objetivos de la investigación, que en términos generales consisten en probar la hipótesis bajo el escenario de la inversión en dicho segmento.

Para lograr el desarrollo de un proyecto en base a un plan estratégico se consideran los siguientes objetivos:

Objetivo general: Contar con nuevos productos turísticos en el estado, que generen valor agregado a la oferta actual, para lo cual se contempla lo siguiente:

1. Aprovechamiento del aguacate como elemento diferencial en Michoacán.
2. Transformar al fruto, sus atributos y sus etapas en un producto turístico para el estado.
3. Generar una nueva oferta turística integradora a partir de la creación de un sistema que involucre al Sector Gubernamental, al Sector Aguacatero y al Sector Turístico.

Objetivo específico: En virtud de que el Sistema de Promoción y Explotación Turística del Aguacate® ofrecerá, la promoción turística por lo tanto buscará:

1. Diseñar estratégicamente la experiencia turística del aguacate en Michoacán y el desarrollo de un nuevo producto turístico que se brinde al visitante nacional e internacional.
2. Promover a Michoacán turísticamente.
3. Provocar la derrama económica turística en el Estado. (Servicios Incorporados al Sistema: hoteles, restaurantes, etc. afiliados al Sistema)
4. Promover las regiones productoras de aguacate (Municipios Aguacatur®)

Para los fines del presente documento, la eficacia de los instrumentos de apoyo emitidos por los organismos de gobierno, se define a partir de los indicadores de rentabilidad, tasa interna de retorno, valor presente neto, y otros, que resultan del análisis financiero de un proyecto de inversión, concretamente de un proyecto turístico definido en el Capítulo 5, en donde también se señalan los valores aceptables de cada una de esas variables.

### 1.3. Aportaciones

Como aportación, el presente documento ofrece una metodología de referencia para el análisis financiero de un proyecto de desarrollo turístico de las zonas productoras de aguacate con las siguientes particularidades:

- a) La producción del fruto, y por lo tanto las ventas, son variables que dependen del fenómeno de la demanda (a nivel mercado) y de ciertos aspectos arancelarios para su comercialización internacional (a nivel legal).
- b) Incorpora las recomendaciones emitidas por la Secretaría de Economía y por el Plan de Desarrollo Michoacán 2003-2008.
- c) Estima las necesidades de apoyo que eventualmente se requerirán para lograr la implementación de infraestructura y del sistema íntegramente.

### 1.4 Hipótesis

Existen razones importantes para llegar a la aseveración de que el turismo es una actividad que genera desarrollo, al permitir elevar drásticamente el nivel de ingreso del sector productivo y permitir la creación de infraestructura que coadyuve a preservar la base de dicho desarrollo. Es natural el razonamiento de la necesidad de crear un mecanismo novedoso que otorgue y potencie dichos beneficios y que además encadene a la planta productiva y transformadora existente en la entidad. Desde el año 2000, los gobiernos locales han creado diversos mecanismos tendientes a fomentar la afluencia turística en la región, pero esas medidas no están dirigidas específicamente al sector de producción y transformación aguacatero, por lo cual, dicho nicho da pie al planteamiento de la hipótesis que se pretende demostrar con el presente documento y cuyo enunciado se plantea a continuación:

Hipótesis:

Las regiones productoras y empacadoras de aguacate en Michoacán están suficientemente desarrolladas para soportar su explotación turística, conjuntamente con los rasgos culturales locales, para permitir el desarrollo y el resultante aumento de demanda en el consumo del fruto.

Se probará la hipótesis bajo la premisa de que las inversiones se realizan desde diferentes segmentos, tanto gubernamentales (a través de fondos de inversión por medio de la Secretaría de Economía y diversos mecanismos) como de asociaciones y cámaras de productores del fruto.

El marco normativo a que hace referencia está formado por el Plan de Desarrollo de la Secretaría de Economía, el del Plan Estatal de Desarrollo Michoacán 2003-2008, y Perspectiva Estratégica de un Desarrollo Incluyente del Estado de Michoacán, desarrollado por la Secretaría de Planeación y Desarrollo Estatal. La aplicación de dicho marco legal y normativo al análisis financiero de in proyecto de inversión se encuentra en el Capítulo 5 del presente documento.

### 3. Regiones aguacateras

Siendo Michoacán líder internacional en la producción de Aguacate en su variedad Hass, cuenta con más de 80 mil hectáreas en extensiones de huertos lo que consolida al Estado con la mayor producción del fruto, la cual se estima en más de 1 millón de toneladas anuales.

#### 3.1. Segmentación de plataforma en la entidad

Por lo anterior, el aguacate se convierte sin lugar a dudas en uno de los símbolos de desarrollo del estado por su influencia económica y cultural para los michoacanos. A continuación se segmenta las dos principales plataformas que fomentan el turismo:

- a) Sector gubernamental: gobierno del estado y municipios. En el contexto gubernamental el compromiso es claro en impulsar la actividad turística como mecanismo de desarrollo y vía de integración social, tal como lo enuncia el apartado XI del Plan Estatal de Desarrollo Michoacán 2003-2008. El Estado de Michoacán busca destacar turísticamente y ha emprendido una serie de iniciativas como: Club de Calidad TESOROS de Michoacán, para Hoteles y Restaurantes; ha sido promotor de iniciativas de orden Federal como el Programa “Nuestro México” dirigido a los hispanos México-americanos y mexicanos radicados en los Estados Unidos. Así como campañas de promoción en Estados Unidos dirigidas a dos segmentos: los “Internacional Seackers”, jóvenes ejecutivos como viajeros internacionales de clase media, media alta o alta, acostumbrados a gastar su dinero en conocer nuevos destinos y los “Great Seniors” o Adultos Mayores que son grupos de pensionados, para atraerlos a Michoacán.
- b) “El turismo en michoacano deberá convertirse en una industria competitiva en los niveles regional, nacional e internacional, a través de un proceso articulado de inversión y promoción que, con un decidido apoyo por parte del Gobierno del Estado, permita contar en los próximos años con productos y servicios turísticos en cantidad y calidad suficientes que se traduzcan en crecimiento económico, desarrollo social y bienestar”. Extracto tomado del Plan Estatal de Desarrollo Michoacán 2003-2008. Michoacán con el Aguacate, tiene un elemento diferencial único, a través del cual con el diseño de una estrategia de gestión y ejecución de negocios, se ha desarrollado un producto turístico en beneficio de los michoacanos. Y así sumarse a la tendencia de tour temáticos de productos como: El Tequila Express, en Jalisco, La Aventura del Café en Veracruz, La Ruta del Cacao en Tabasco y La Ruta del Vino en Baja California. A su vez el Sector demanda la innovación y creatividad en nuevos productos turísticos que se desarrollen e integren a los diversos actores: hoteleros, restauranteros, centros de esparcimientos, entre otros; generando un efecto multiplicador en la sociedad michoacana.

Como lo menciona el documento de la Secretaría de Planeación y Desarrollo, “Michoacán aprovechará su potencial y su vocación turística. Su patrimonio histórico, cultural y entorno natural le brindarán amplias posibilidades de desarrollar el turismo segmentado; en una primera etapa, sin necesidad de grandes inversiones, fue posible

aprovechar los recursos existentes”, la meta ahora consta del desarrollo de esquemas mas eficaces y robustos que generen mas desarrollo e infraestructura. La visión objetivo en el turismo considera como elementos principales la infraestructura turística y de comunicaciones; la planeación a largo plazo y estratégica; la promoción de los recursos y servicios turísticos de la entidad; la educación, capacitación y la integración económica; la intercomunicación en la entidad con su entorno nacional.

Las características del turismo en la entidad se asocian al desarrollo de productos turísticos competitivos, la incorporación de nuevas regiones turísticas, el desarrollo tecnológico en actividades turísticas, la modernización del equipamiento de hoteles y restaurantes, la profesionalización de los servicios turísticos, las sinergias entre empresarios locales con nacionales y extranjeros, la infraestructura de comunicaciones y transportes moderna y eficiente, la cultura ecológica y responsabilidad ciudadana, y el desarrollo de mercados.

**Ilustración.** Michoacán: Turismo sustentable, Visión Objetivo al año 2030.

- Infraestructura de comunicaciones y transportes principalmente en autopistas para el gran turismo.
- Infraestructura turística adecuada.
- Infraestructura de caminos y brechas para el turismo social y ecológico.
- Michoacán es el estado con más visitantes en el país en turismo ecológico, cultural y científico.
- En la entidad existe una cultura donde cada michoacano es un colaborador de la industria turística.
- La industria del turismo está vinculada con la producción agroindustrial, las industrias de la cultura y las universidades.
- Los centros turísticos están definidos de acuerdo a la vocación de cada región y con participación de las comunidades.
- Existe una fuerte infraestructura en la entidad para apoyar la promoción de todos los tipos de turismo, con alcance nacional e internacional.
- Existen mecanismos de financiamiento oportunos y accesibles para el desarrollo del turismo segmentado.
- Las modalidades de consumo y producción han hecho del turismo una actividad sustentable y es una herramienta de erradicación de la pobreza.

Fuente: Consultores Internacionales S.C.

Michoacán tiene en la ciudad de Morelia al eje turístico de la entidad, con infraestructura orientada y especializada en el turismo, gran diversidad de productos turísticos competitivos y posicionamiento a nivel internacional.

### 3.2. Plataforma existente en Morelia

Caracterizada por su rica tradición cultural y artística, la región Morelia, no sólo cuenta con la belleza arquitectónica y colonial de la ciudad capital que lleva el mismo nombre, sino con una variedad de pueblos típicos michoacanos como Charo, Capula, Tiripetio, Cuitzeo y Huandacareo, que ofrecen la oportunidad de visitar zonas arqueológicas, deleitarse con sus balnearios y disfrutar de sus sabores gastronómicos.

Por otro lado, la capital del estado, es un sitio ideal para visitar, gracias a su centro histórico, sus monumentos coloniales tales como la Catedral, las Tarascas, el Acueducto, sus preciosas plazas públicas, el Colegio de San Nicolás de Hidalgo, más de 10 interesantes museos y un mercado de dulces y artesanías, donde el turista puede adquirir

los tradicionales dulces michoacanos, como ates y las exquisitas morelianas, o en su defecto, la artesanía típica de todo el estado de Michoacán.

En cuanto a convivencia familiar, la "ruta de la Salud", que posee más de 400 manantiales de agua termal, permite el desarrollo de espacios ecológicos que dan vida a magníficos balnearios y parques acuáticos, donde usted encontrará salud, reposo y entretenimiento, además de excelentes servicios y una cálida hospitalidad. Las comunidades donde se encuentran estas instalaciones son Huandacareo, Araró, Zinapécuaro, Cointzio, Puruándiro, Indaparapeo, Queréndaro y Tenencia Morelos, ubicadas a unos minutos de Morelia.

Siendo esta ciudad en su centro histórico declarado por la UNESCO, como patrimonio de la humanidad, y por ello ha contado con una serie de apoyos e interés estatal donde esta administración busca su consolidación turística. De tal suerte en los últimos dos años consecutivos de acuerdo a un estudio hecho por la SECTUR Federal. Morelia aparece en el top mind de los 10 centros turísticos donde se tiene intención o pensado viajar en el periodo vacacional de verano.

Así tenemos a Morelia de acuerdo a datos de la SECTUR Estatal, con una visita promedio anual de visitante que oscilan entre las 690 mil personas, con un gasto promedio por persona de \$450.00 a \$500.00 y una estancia promedio de 3 a 4 días.

Como dato ha destacar Turismo Municipal dio a conocer que en el 2003 la ciudad fue visitada por 86 mil 426 turistas, provenientes de Estados Unidos, España, Inglaterra y Francia. Que representan el 9% del Turismo que llega a la ciudad de Morelia.

### 3.3. Plataforma existente en Uruapan

La segunda ciudad de importancia en el estado, donde citamos anteriormente zona que concentra: producción, comercialización e industrialización de fruto. Además cuenta con uno de los parques naturales, el segundo en importancia a nivel nacional por el numero de visitas que registra anualmente; con cifra record el próximo pasado periodo vacacional de Semana Santa con una visita 122 mil turistas de Domingo de Ramos a Domingo de Resurrección.

La afluencia de visitante anualmente, según datos de la SECTUR Michoacán, va en el orden de 420 mil personas con un gasto promedio por día de \$450.00 a \$500.00, con una estancia promedio de 3 a 4 días por personas.

### 3.4. Plataforma existente en Pátzcuaro

Pueblo típico colonial, lleno de matices de lo indio y español, situada en la región lacustre del lago de mismo nombre. Actualmente Pátzcuaro esta dentro del Programa de Pueblos Mágicos de la Sectur Federal y trabajando por tanto arduamente en su imagen urbana, recibiendo así un impulso para una mayor proyección turística. El lugar es el

centro de las festividades de la noche de muertos los días finales de octubre y primeros de noviembre, celebración declarada igual por la UNESCO como patrimonio cultural oral e inmaterial de la humanidad.

Según cifras de la SECTUR Estatal con una visita anual de 162 mil personas, que su gasto promedio por día va de \$450.00 a \$500.00, y con estancia promedio de 3 a 4 días.

## 4. Beneficios del Desarrollo turístico de las regiones productoras de aguacate

### 4.1. Análisis FODA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa tiene excelente intercomunicación entre sus integrantes para comunicar avances.</li> <li>• La dirección usa observaciones personales e informales.</li> <li>• Existe un manejo de conflictos pro-objetivos.</li> <li>• Hay planes, cotizaciones y presupuestos de requerimientos de equipos, infraestructura y contratos.</li> <li>• Coordinación de reportes de ventas con finanzas.</li> <li>• Se puede medir las ventas efectivas VS capacidad potencial.</li> <li>• Existen estimaciones de Costos de Ventas.</li> <li>• Hay Bases de Datos que apoya la toma de decisiones.</li> <li>• Existe precio adecuado en relación a competidores.</li> <li>• Toma sugerencias, ideas y observaciones del resto de los colegas profesionales y del equipo de trabajo del proyecto, así como de los clientes potenciales.</li> <li>• Se realiza manejo contable y van ad-hoc objetivos.</li> <li>• Hay planeación de Flujo de Caja.</li> <li>• Planea recurrir al financiamiento externo.</li> <li>• Tiene planeación continua de crecimiento paulatino y por etapas.</li> <li>• Siempre reacciona frente al ambiente económico y político.</li> <li>• Siempre toma en cuenta el Tipo de Cambio.</li> <li>• Siempre toma en cuenta el Ingreso Per-Cápita.</li> <li>• Siempre toma en cuenta Salario Mínimo.</li> <li>• Siempre toma en cuenta Política Tributaria.</li> <li>• Siempre hay investigación y desarrollo tecnológico.</li> <li>• Se tiene nueva tecnología que influye en gustos, comportamiento y preferencia del cliente.</li> <li>• Se toman en cuenta los fenómenos sociales.</li> <li>• Se toma en cuenta el nivel social y educativo de la comunidad, así como de los clientes potenciales internacionales.</li> <li>• Se toma en cuenta la participación de la mujer en la fuerza de trabajo.</li> <li>• Se toma en cuenta el estilo de vida de la población potencialmente consumidora.</li> <li>• Se toma en cuenta el idioma nativo de los clientes potenciales.</li> <li>• Se toma en cuenta reglamentaciones y controles oficiales.</li> <li>• Siempre toma en cuenta las tendencias del gobierno, utilidades, estados financieros y controles hacia las empresas, políticas turísticas e industriales relacionadas con el aguacate y la economía regional.</li> <li>• Define misión, visión, objetivos y políticas generales en todas las ocasiones.</li> <li>• Se ha realizado por lo menos un estudio demarcado, favoreciendo al proyecto</li> <li>• No existen productos/servicios sustitutos</li> <li>• Se toma en cuenta las perspectivas de inversión del gobierno en el sector</li> <li>• Se toma en cuenta la tendencia ideológica del gobierno</li> <li>• El sistema cuenta con patente otorgada por órganos gubernamentales pertinentes</li> <li>• Se ha comunicado el proyecto a instancias y asociaciones nacionales relacionados con economía y aguacateros; percibiéndose aceptación y entusiasmo</li> <li>• Se toma en cuenta esquemas de apoyo a restauración y mantenimiento a ruinas arqueológicas</li> <li>• Se impulsa el ecoturismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta permeabilidad al cambio mediambiental en políticas económicas y regulaciones gubernamentales</li> <li>• No se prevee aún un Sistema de Cobranza y Pagos.</li> <li>• Hay pocas políticas para manejo financiero.</li> <li>• No se conoce con certeza el % del mercado total cubierto.</li> <li>• No se buscan nuevas fuentes de energía.</li> <li>• No se toma en cuenta la situación sindical.</li> <li>• Es necesaria la inversión externa por entidades gubernamentales y terceras organizaciones</li> <li>• Falta de un plan de desarrollo turístico regional serio que apoye a este proyecto</li> <li>• Falta de proyecto gubernamental integral para el rescate y mantenimiento de zonas de bosques y de ruinas arqueológicas</li> </ul>
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No existe organigrama formal</li> <li>• No existe un programa de reclutamiento y selección de personal.</li> <li>• No se cuenta con reglamento interno de trabajo.</li> <li>• No existen programas formales de capacitación y desarrollo del personal.</li> <li>• En la región, existen numerosas ruinas arqueológicas y valores locales enraizados en la comunidad que pueden ser explotados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No cuenta con un manual de organización y descripción de áreas funcionales.</li> <li>• No contribuye el organigrama a los objetivos.</li> <li>• No hay un estudio de análisis y evaluación de puestos.</li> <li>• No se prevén los incentivos por objetivos.</li> <li>• No hay procedimientos ni instructivos de operación documentados.</li> <li>• No hay establecido un sistema de ventas.</li> <li>• No se han implementado mecanismos que aseguren la satisfacción con servicios Post-Venta.</li> <li>• No toma en cuenta tasa de Inflación.</li> <li>• No toma en cuenta tasa de Desempleo.</li> <li>• No toma en cuenta la Inversión Extranjera.</li> <li>• No se toma en cuenta la contaminación ambiental.</li> <li>• No se toman en cuenta los cambios en el crecimiento y composición de la población que afecta la demanda.</li> <li>• No se toma en cuenta la estabilidad política en los próximos 5 años.</li> <li>• Se depende en cierto grado las perspectivas de inversión del gobierno.</li> <li>• No toma en cuenta los grupos de presión política.</li> <li>• Tendencia ideológica del gobierno no siempre favorece a estos proyectos</li> <li>• Los grupos y asociaciones locales productoras, procesadoras y empacadoras de aguacate no apoyan cabalmente el proyecto por falta de solidez e integración</li> <li>• Ecoturismo pobremente impulsado por políticas gubernamentales</li> </ul>



#### 4.2. Tipos de servicios

El servicio se basa en el diseño de una nueva experiencia turística que se centra en un fruto de gran influencia e identidad para Michoacán: El Aguacate.

Buscando que más allá de ofertar un tour temático de fruto, el AGUACATOUR, de mí corazón michoacano®, se convierta en toda una experiencia especializada y el turista pueda conocer el quehacer y esfuerzos de los michoacanos entorno al fruto y los diferentes matices de Michoacán y el ser michoacano.

Por ello el diseño de los productos AGUACATOUR®, obedecen a esta mística, de búsqueda y encuentro de lo michoacano por medio de este símbolo de identidad y desarrollo en Michoacán.

#### 4.3. Servicios principales

El Tour Temático del Aguacate AGUACATOUR de mí corazón michoacano®, es un recorrido donde se explica al visitante las principales etapas del aguacate: cultivo, corte, comercialización e industrialización del fruto. Para ello se piensa visitar las principales zonas aguacateras del estado, considerando además los atractivos de interés turístico con los que cuentan las regiones. Del Tour Temático se derivan las siguientes variantes:

- *Tour a grupos que gradualmente lo soliciten:* Esto es, que teniendo en cuenta que en los hoteles afiliados será donde inicie la experiencia turística del Aguacate en Michoacán, se ofrecerá el servicio a huéspedes.
- *Tour programados en días específicos de la semana:* Una vez que se tenga una demanda creciente sobre dichos recorridos se establecerán días específicos e itinerarios de jornada para llevar a cabo los tours.

El itinerario de los tours, entiéndase como la agenda de actividades a realizar dentro del recorrido, estará contextualizada con el aguacate, es por ello que la visita a huertos, empacadoras e industrializadoras del producto será el elemento diferencial a destacar.

Considerando los principios y criterios para el desarrollo turístico, se contempla la operación de tres Tours:

#### **URUAPAN**

- Visita a las ruinas arqueológicas de Tingambato, rodeadas de huertos de Aguacate.
- Visita en empaque de aguacates en la ciudad de Uruapan.
- Comida buffet en huerto de aguacates.
- Evento dancístico-musical durante comida.
- Exhibición de video documental del aguacate.

- Organización de trivias y concursos sobre información dada del aguacate.
- Visita a Pátzcuaro.

### **TACÁMBARO**

- Visita al Museo del Cobre y taller a conocer técnica de martillado de cobre.
- Visita a industrializadora de aceite de aguacate en la ciudad de Tacámbaro.
- Comida Buffet en huerto de aguacates.
- Evento dancístico-musical durante comida.
- Exhibición de video documental del Aguacate.
- Organización de trivias y concursos sobre información dada del aguacate.
- Visita al Pueblo de Tacámbaro

### **TANCÍTARO**

- Visita a la comunidad de San Juan Nuevo, conocer la administración y aprovechamiento sustentable de la madera.
- Visita de Tancítaro comida buffet en huerto de aguacates.
- Evento dancístico-musical durante comida.
- Exhibición de video documental del aguacate.
- Organización de trivias y concursos sobre información dada del aguacate.
- Visita al Pueblo de Tancitaro.

Otra modalidad para el tour temático del aguacate es el City Tour, para ello se ha diseñado la marca EL GUACAMOVIL por la ruta de los Aguacates®, vehículo con el cual se desarrollará la experiencia turística del aguacate urbana, contemplando las dos principales ciudades en el estado: Morelia y Uruapan.

Considerando el mercado de la ciudad de Morelia, como un mercado turístico en crecimiento se contempla el arranque del primer City Tour en esta ciudad y como posible extensión en la ciudad de Uruapan, que también muestra un mercado turístico en crecimiento.

El diseño de los recorridos se proponen de la siguiente forma:

### **EL GUACAMOVIL, POR LA RUTA DE LOS AGUACATES®, Morelia.**

Recorrido:

**Salida.**-Plaza Valladolid, AVOPLUS y Simplot.

**Regreso.**-Plaza Valladolid.

- Recorrido por el Centro Histórico.
- Visita de Simplot: explicación de las etapas y procesos para la elaboración del Guacamole.
- Visita de AVOPLUS, para que conozcan los procesos de elaboración de cosméticos y sus beneficios.
- Exhibición de video documental del aguacate.

- Aplicación de tratamientos de belleza a visitantes.

### **EL GUACAMOVIL , POR LA RUTA DE LOS AGUACATES®, Uruapan.**

Recorrido:

**Salida.**-Plaza de los Mártires, empaque e industrializadora de aguacate.

**Regreso.**-Plaza de los Mártires

- Recorrido por el Centro Histórico.
- Visita a industrializadora para explicación de las etapas y procesos para la elaboración del guacamole.
- Visita a empacadora, para que conozcan los procesos de selección, empaque y comercialización del fruto.
- Exhibición de video documental del aguacate.
- Degustación del aguacate.

Otras variantes para los tours ciudadanos, variarán dependiendo de dos aspectos a tomar en cuenta:

- a) Preferencias de los usuarios
- b) Productos y servicios complementarios

Así mismo, se planteará posteriormente lo relacionado con los espacios publicitarios de patrocinadores de productos relacionados y complementarios al aguacate, aunque se preveen y toman en cuenta en el presente análisis, basándonos en costos comerciales.

#### 4.4. Área de estudio de mercado

Según fuentes de la SECTUR en Michoacán, el 1 92% de los turistas en nacional y el 8% es extranjero:

## Procedencia del Visitante



El turista nacional proviene de:

- D.F.
- Jalisco
- Guanajuato
- Estado de México
- Sinaloa
- Coahuila



El turismo interno es del 8%, y el turismo extranjero proviene principalmente de:

- Estados Unidos 49%
- España 8%
- Canadá 7%
- Francia 7%

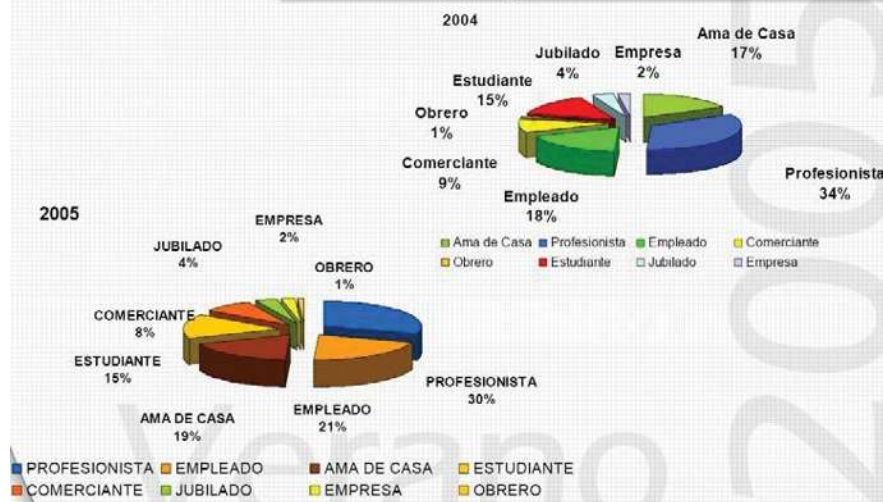


PROCEDENCIA	2004	2005
NACIONAL	4'157,608	4'386,468
EXTRANJERA	361,532	381,432
<b>TOTAL</b>	<b>4'519,140</b>	<b>4'767,900</b>

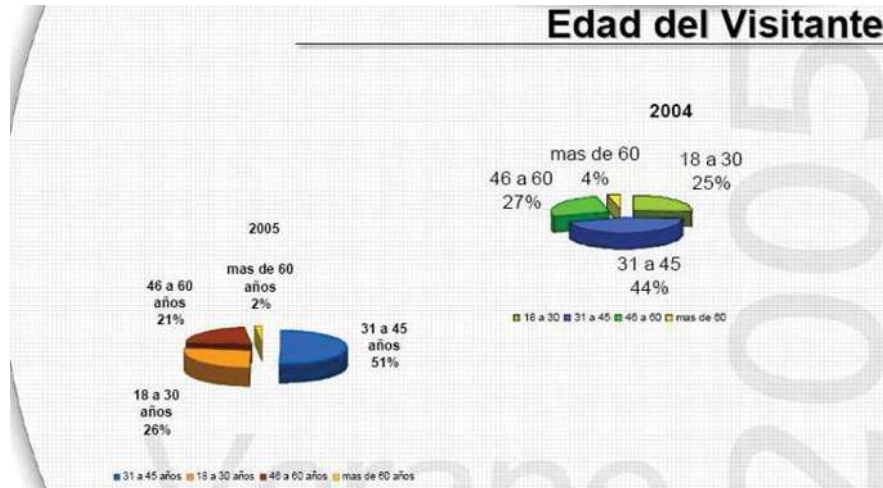
Otras estadísticas interesantes son:

- El 69% de los turistas viene de vacaciones, 3% cultural, 2% de negocios
- El 72% utilizó el automóvil como medio de transporte
- El 64% de los turistas se hospeda en hotel
- El 84% de los turistas considera como buenos los servicios de los prestadores de servicios
- El 99% de los turistas regresaría a Michoacán

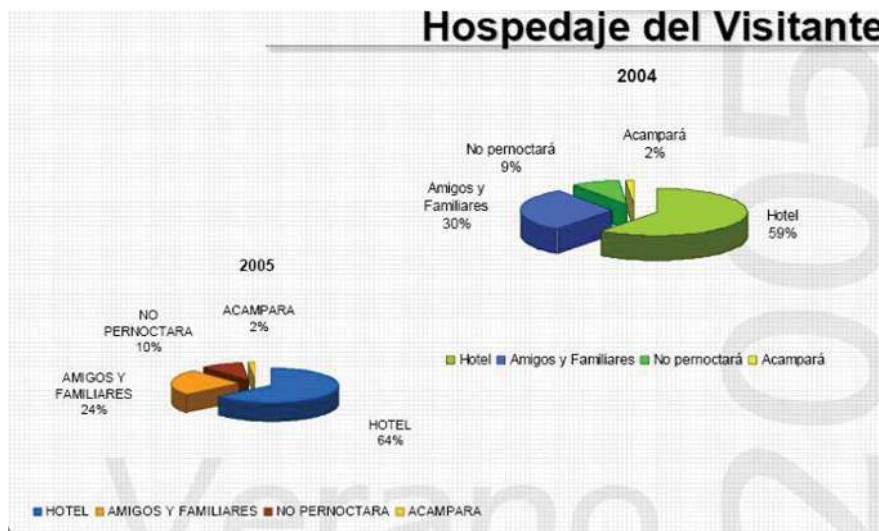
## Ocupación del Visitante



## Edad del Visitante







Se destaca que las personas que visitan el estado de Michoacán el 69% su motivo de viaje es para vacacionar, 5% en carácter de negocios, 4% por motivos culturales, 9% en visita de familia y amigos y un 13% por otros motivos. (fuente Dirección de Planeación y Evaluación, Departamento de Información y Estadística. SECTUR Michoacán).

En los mismos estudios de la SECTUR Michoacán se destaca que el 45% del turismo su ocupación es profesionistas, 21% Empleados, 21% Amas de Casa, 6% Comerciantes, 5% Estudiantes y 2% otros.

Como dato a destacar los extranjeros en su estancia promedio en el Estado oscila entre nueve días, además que se reportan turistas de procedencia de Francia, Suiza, Australia, Alemania y Colombia.

De los datos enunciados podemos concluir que el Estado atrae, en su mayoría a un turismo tradicional, para lo cual se les debe considerar para involucrarlos y atender sus expectativas dentro de la experiencia turística AGUACATOUR, de mí corazón michoacano®.

#### 4.5. Indicadores del mercado internacional

En cuanto a la demanda mundial, tomando como fuente estadística que proporciona SECTUR, se aprecia el área de mercado para nuestro estudio está formada básicamente por los principales países que visitan el estado de Michoacán.

A continuación se presentan tablas de indicadores económicos de los principales países que visitan Michoacán en plan turístico.

### **Estados Unidos**

Región: High-income OECD

Categoría de ingreso: High income - OECD

Población\*: 291,0 millones

INB per cápita (US\$)\*: 41,400

Nota: GNI per capita 2004, Atlas method and PPP, World Bank

### **Canadá**

Región: High-income OECD

Categoría de ingreso: High income - OECD

Población\*: 31,6 millones

INB per cápita (US\$)\*: 28,390

Nota: GNI per capita 2004, Atlas method and PPP, World Bank

### **Francia**

Región: High-income OECD

Categoría de ingreso: High income - OECD

Población\*: 59,8 millones

INB per cápita (US\$)\*: 30,090

Nota: GNI per capita 2004, Atlas method and PPP, World Bank

### **España**

Región: High-income OECD

Categoría de ingreso: High income - OECD

Población\*: 43.2 millones

INB per cápita (US\$)\*: 21,210

Nota: GNI per capita 2004, Atlas method and PPP, World Bank

#### 4.6. Indicadores del mercado nacional

La densidad de población en el 2005 (según estimaciones) fue de 55 hab/km<sup>2</sup> a nivel nacional, aunque las diferencias son muy notables según los estados y las regiones. Cerca del 75.4% de los mexicanos vivían en áreas urbanas durante el año 2003.

La capital y centro cultural del país es la ciudad de México, con una población, según estimaciones para 2000, de 13,096,686 habitantes; incluyendo la población de los



municipios conurbanos del área metropolitana, la ciudad cuenta con 18,660,221 habitantes. Otras ciudades importantes son: Puebla, una de las ciudades más antiguas del país y centro industrial, 5,070,346 habitantes; Guadalajara, centro comercial y de servicios del occidente del país, 1,646,319 habitantes; Monterrey, ciudad industrial del noreste de México, 1,110,997 habitantes; Ciudad Juárez, centro comercial y de industria manufacturera, 1,218,818 habitantes; León, centro de la zona agrícola del Bajío, 1,134,842 habitantes; Tijuana, una de las ciudades fronterizas más importantes, 1,210,820 habitantes, y Veracruz, puerto principal del país, 457,377 habitantes.

El mercado turístico actual en Michoacán según cifras de la Secretaría de Turismo en el Estado, en el año 2003 dejó una derrama económica que ascendió a la cantidad de \$5,597 millones de pesos equivalente a la visita de turistas, de 4 millones 146 mil personas. Representando dicha cantidad actualmente el 8.5% del PIB del Estado.

En el último periodo vacacional de verano del 2004, la misma Secretaria reportó un incremento de 9.1% por cierto de turistas respecto a la misma época del año anterior.

De tal suerte el panorama del turismo en Michoacán es positivo, reflejo de un mercado en crecimiento y de políticas en el Estado que impulsan la industria.

Ahora bien atendiendo los mismos estudios que ha realizado la Sectur Michoacán, en el Estado se cuentan con tres importantes mercados turísticos siendo estos: Morelia, Uruapan y Pátzcuaro.

#### 4.7. Análisis de competencia

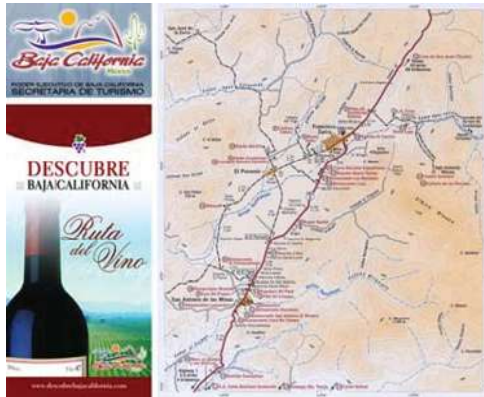
Como hemos afirmado con anterioridad, una de las causas que motivo el presente desarrollo turístico, es sumar a Michoacán a la tendencia de tour o rutas temáticas de productos que se destacan por su influencia económica y cultural, que se han generado en México y el extranjero. Donde dichos productos turísticos a su vez han sido mecanismos de promoción para los Estados y lugares donde se desarrollan, tanto por el interés mediático especializado y noticioso que han despertado.

Realizando una investigación sobre los resultados percibidos de algunos tour temáticos en México, sobre la repercusión que tiene el tour en el turismo de cada Estado, recabamos los siguientes comentarios:

<b>AVENTURA DEL CAFÉ, VERACRUZ</b>	<b>OPERADORA CTO. DE RESERV. DE JALAPA.</b>
A cargo de : Sra. Gabriela Velásquez Melgarejo	Es un programa novedoso, ha aumentado el flujo de turismo sobre todo en la zona que esta dentro del mismo programa, como lo es Córdoba y Jalapa.

 <p><b>TEQUILA EXPRESS</b></p>	<p><b>CAMARA DE COMERCIO DE GUADALAJARA. (CANACO)</b></p>
<p>A cargo de: Lic. Pedro Celaya Hernández <a href="http://www.tequilaexpress.com.mx/">http://www.tequilaexpress.com.mx/</a></p> 	<p>Aumenta el turismo dado que visitan otros pueblos, en donde hay muchos atractivos, además de la artesanía en todo el Estado. Manejan únicamente un itinerario, cuentan con portal propio, el cual está disponible tanto en español como en inglés, y las reservaciones se realizan por medio de una elaborada red de distribución y por medio del sistema TicketMaster, con presencia en Internet y viabilidad de compra electrónica. La mecánica del sistema recae en reservar un asiento en un tour que se realiza a bordo de un tren, el cual circula por áreas circunvecinas a diversas destiladoras de tequila. Los costos que manejan al público son de entre \$770 a \$540. El tour incluye una parada en la hacienda San José del Refugio, foco turístico por su reconocida belleza que data de la época virreinal.</p>

 <p><b>DESCUBRE BAJA CALIFORNIA</b> <i>Ruta del Vino</i></p> <p><b>RUTA DEL VINO BAJA CALIFORNIA</b></p>	<p><b>JATAY SERVICIOS Y EVENTOS TURÍSTICOS.</b></p>
<p>A cargo de : Lic. Verónica Carrillo Blanco <a href="http://www.descubrebajacalifornia.com/ruta_vino/ruta_vino.htm">http://www.descubrebajacalifornia.com/ruta_vino/ruta_vino.htm</a></p>	<p>Con la publicidad que se tiene sobre la ruta del vino, se ha visto beneficiado todo el Estado, desde Ensenada, Mexicali, Tijuana hasta Baja California. Los itinerarios, costos y capacidades varían, dependiendo de la demanda y necesidades</p>



expresas de los clientes. No cuenta con una página web ni con un canal de mercadeo ni distribución o reservación propio, el proceso se lleva a cabo con la coordinación directa de la Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Baja California conjuntamente con la empresa Jatay Servicios. Los viñedos y vinícolas que se visitan son: L. A. Cetto Valle de Guadalupe, Domecq, Viña de Liceaga, Adobe Guadalupe, Casa de Piedra, Chateâu Camou, Vinisterra, Mogor Badán, Monte Xanic, Barón Balch'é, L. A. Cetto Boutique Ensenada, Cava de Don Juan, Bodegas de Santo Tomás, Cavas Valmar, Vitivinícola Tres Valles, Bibayoff – Bodegas Valle de Guadalupe, Vinos Tanama, Viñas Pijoan, Vinícola Don Juan / Vinos Sueños, La Casa de Doña Lupe, Vinícola La Farga, Vides y Vinos Californianos, Shimul / Vinos Albarolo.

De tal suerte el diseño de la experiencia turística del Aguacate en Michoacán, con la aplicación de la marca AGUACATOUR, de mí corazón michoacano®, atraerá a un turismo en busca de nuevas experiencias, para lo cual el diseño de esta oferta

especializada entorno al Aguacate, debe dirigirse a cubrir las expectativas de los diversos segmentos de mercado que integran el mercado turístico en Michoacán actualmente y a los que sin duda atraerá esta nueva oferta. El concepto involucra la realización de un portal Web, que para fines técnicos es realmente una aplicación Web, en la cual el turista podrá visualizar, de forma interactiva, la consistencia detallada del tour; además de que el portal se presentará en diversos idiomas: español, inglés, francés y alemán.







#### 4.7.1. Sistemas de Información e Internet

Internet está compuesta de todas las redes que utilizan protocolo IP y cooperan para formar una sola red para dar servicio a sus usuarios colectivos, incluyendo redes federales, regionales, universitarias y algunas mundiales.

Desde ese momento, algunas redes que no utilizaban protocolo IP dedujeron que Internet era una buena opción para resolver los problemas de comunicación. Así se desarrollaron métodos para conectar estas redes especiales (BITNet, DECNet, etc.) a Internet. Cuando se implantó el servicio de esta forma, se comenzó únicamente con el fin de dar el servicio de correo electrónico entre redes, pero se ha desarrollado esta tecnología de tal forma que sirve para transferir datos mayores. De esta manera, estas redes pueden cambiar el objetivo de su existencia, dependiendo del uso que les den, es decir, pueden o no ser parte de Internet.

El Internet ha tenido en nuestros días un impacto sobre todas las áreas de la sociedad, desde la educación, los servicios sociales, herramientas, empresas, comercio, comunicaciones, administración pública, y casi en cualquier aspecto o proceso en que intervenga el ser humano.

Una de las mayores bondades que ofrece el Internet y que de hecho es una característica primordial, es funcionar sin importar donde esté físicamente una computadora, cualquier persona del mundo con una conexión puede realizar actividades diversas, sin pagar el costo de una llamada de larga distancia al lugar donde se encuentre la información; normalmente se paga un costo fijo por hora.

Estados Unidos representa el país fuerte en cuanto a número de servidores de Internet presentes en la red, seguidos por Europa Occidental, Oceanía y Europa del Este, Asia, Latinoamérica, África y el Medio Oriente. Una tendencia que afectará el predominio de Estados Unidos en cuanto a número de servidores instalados, será el crecimiento de otras zonas geográficas, puesto que en el último año, los servidores de lugares como África

crecieron un 148%, en Latinoamérica fué del 116%, comparado con crecimiento relativo del 100% de los Estados Unidos.

La quinta encuesta de usuarios WWW llevada a cabo por el Geographics Visualization and Usability Center (GVU) del Georgia Institute of Technology, mostró que el usuario promedio de Internet fuera de los Estados Unidos es:

- De edad media (de 30 años).
- Nivel educativo (55% tiene educación universitaria o nivel superior).
- Nivel económico (con un alto ingreso familiar).

La encuesta del ComerseNet señala que el usuario de WWW en Norteamérica tiene las siguientes características:

- 25% tiene un ingreso de más de 80,000 dólares anuales.
- 64% tiene al menos un grado universitario.
- 50% se cree que ocupa una posición gerencial.

El foro de investigación mexicano hacia Internet2, ha realizado diversas encuestas que arrojan los siguientes resultados para México:

- 70% son hombres, 30% son mujeres.
- Edad promedio de los cibernautas es de 36 años.
- 45% son casados.
- 2 de cada 3 pagan por el acceso.
- 60% utiliza el correo electrónico todos los días.
- 50% navega en el Web diariamente.
- 86% lo utiliza para buscar información.
- El principal problema es navegar con lentitud.
- 80% del tráfico proviene de servidores extranjeros, el 15% es de servidores dentro del país y sólo el 5% es local.
- México recibe 5 veces más datos de los que envía al exterior.

Los datos anteriormente descritos, denotan un predominio exacerbado de páginas extranjeras en el mercado electrónico mexicano. Se debe tomar en cuenta, que los usuarios con actividades profesionales, gerenciales y no computacionales representan aproximadamente la mitad de los encuestados.

Los estudios muestran que los datos demográficos de la población de Internet de los Estados Unidos es similar a la población general de Internet. Las diferencias más significativas son en el sexo y el ingreso de los encuestados.

Otra característica importante es la transferencia de archivos, en la que se pueden mandar y recibir desde una computadora remota. Por último, la aplicación que tiene más adeptos por su facilidad de uso y la cantidad de información que contiene es el World Wide Web,

que es la parte de Internet que conjuga un diseño gráfico con la facilidad del uso del Mouse, su principal característica es el uso de ligas electrónicas en los documentos denominados en forma conjunta, Hipertextos. Esta área ha recibido la mayor atención por parte de los medios y la que ha logrado mayor número de usuarios nuevos

Desde la aparición del WWW, Internet ha ido sufriendo constantes cambios, debido a la gran cantidad de novedades que han inundado el mercado, tanto de software, como de nueva tecnología, como es el caso de los denominados Portales.

Un portal es una estrategia de mercadotecnia, que tiene como objetivo conseguir que los usuarios, cuando acceden a la red, lo hagan siempre a través de una página Web determinada. Para conseguir la fidelidad de dichos usuarios, la empresa dota al Portal Web de dos elementos importantes:

- Servicios tales como el correo electrónico, espacio para sitios Web personales, salas de Chat, comunidades virtuales, sistemas de búsqueda e índices, etc.; todo estos son gratuitos o con precios módicos.
- Los contenidos varían de portal a portal, desde finanzas, noticias de última hora, novedades, etc.

La rentabilidad de la inversión de un portal, vendrá de la venta de productos, servicios o anuncios publicitarios. Existen distintas opciones para conseguir la fidelidad de los usuarios, una de las más novedosas, es la opción para el usuario de personalizar la vista del portal.

En la actualidad, los SI deben cumplir tres objetivos básicos dentro de las organizaciones:

1. Automatización de procesos operativos.
2. Proporcionar información que sirva de apoyo al proceso de toma de decisiones.
3. Lograr ventajas competitivas a través de su implementación y uso.

En base a estos objetivos se hace evidente la importancia de los sistemas estratégicos, con las siguientes características:

- Suelen desarrollarse dentro de la misma organización, por lo que pueden adaptarse fácilmente a paquetes disponibles en el mercado.
- Típicamente su forma de desarrollo es en base a incrementos y a través de su evolución dentro de la organización. Se inicia con un proceso o función en particular y a partir de ahí se van agregando nuevas formas o funciones.
- Su función es lograr ventajas que los competidores no posean, tales como servicios diferenciados con clientes y proveedores.
- Apoyan el proceso de innovación de productos y procesos dentro de la empresa.

Algunos autores consideran un quinto tipo de SI, denominado Sistemas Personales de Información o Sistemas de Información Administrativos, enfocados a incrementar la

productividad de sus usuarios y son de gran relevancia dada la importancia que han adquirido en la actualidad.

#### 4.7.2. Relación entre Gestión del Conocimiento y Tecnologías de Información.

El conocimiento es generado por la eficaz gestión de datos e información, así como su correcta integración en la empresa (Figura 39).

<b>Datos</b>	<b>Información</b>	<b>Conocimiento</b>
Observaciones sencillas de los estados del mundo.	Datos dotados de pertinencia y propósito.	Información valiosa de la mente humana. Incluye reflexión, síntesis y contexto.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se estructuran fácilmente.</li> <li>• Se capturan con facilidad en las máquinas.</li> <li>• Se cuantifican.</li> <li>• Son fácilmente transferibles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere una unidad de análisis.</li> <li>• Necesita un consenso sobre el significado.</li> <li>• La intermediación humana es indispensable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Difícil de estructurar.</li> <li>• Difícil de capturar en las máquinas.</li> <li>• A menudo es tácito.</li> <li>• La transferencia es complicada.</li> </ul>

Consecuencia de datos, información y conocimiento.

El grado de participación humana aumenta a medida que avanzamos hacia el conocimiento. Las tecnologías de información inciden especialmente sobre los dos primeros aspectos (datos e información), y contribuyen a facilitar la generación del conocimiento. Las computadoras son idóneas para ayudarnos a manejar datos, son menos aptas para manejar información estructurada y mucho menos para el conocimiento. La gestión del conocimiento pone énfasis en las personas como procesadores de símbolos para generar nuevas significaciones y procesos, dejando a la tecnología como una herramienta necesaria, pero relegada al último lugar.

#### 4.8. Comportamiento de la demanda

Definiendo que el área de mercado se concentra en los turistas extranjeros y nacionales, se determina el tamaño de muestra necesario para realizar las encuestas que definan la aceptación del servicio que se plantea por medio de Aguacatour, dichas cifras se determinan con el software de Consulta Mitofsky, como se puede apreciar en las siguientes imágenes.



#### 4.8.1. Cálculo de muestra para el turismo extranjero

The screenshot shows the 'Selección de Variables' (Selection of Variables) screen on the left and the 'Resultados' (Results) screen on the right. The 'Selección de Variables' screen has the following settings: Error Máximo Aceptable para el Estimador: 5%; Confianza: 95.5%; Tamaño de la Población: 4434142; Efecto de Diseño: DEF; Tasa de Respuesta: 100%; Tamaño del Conglomerado: 10. The 'Resultados' screen shows a 'Resultado' of 789 for 'Tamaño de Muestra'. A table lists the input parameters and their values:

Variable	Valor
Error Máximo	5 %
Confianza	95.5 %
Tamaño Aproximado de la Población	4434142
Efecto de Diseño	1
Tasa de Respuesta	100 %
Tamaño de la Población	4434142

#### 4.8.2. Cálculo de muestra para el turismo nacional

The screenshot shows the 'Selección de Variables' (Selection of Variables) screen on the left and the 'Resultados' (Results) screen on the right. The 'Selección de Variables' screen has the following settings: Error Máximo Aceptable para el Estimador: 5%; Confianza: 95.5%; Tamaño de la Población: 333753; Efecto de Diseño: DEF; Tasa de Respuesta: 100%; Tamaño del Conglomerado: 10. The 'Resultados' screen shows a 'Resultado' of 789 for 'Tamaño de Muestra'. A table lists the input parameters and their values:


Variable	Valor
Error Máximo	5 %
Confianza	95.5 %
Tamaño Aproximado de la Población	333753
Efecto de Diseño	1
Tasa de Respuesta	100 %
Tamaño de la Población	333753

Los resultados arrojados por el software de consulta Mitosfky nos sugieren un tamaño de muestra de 789 turistas para ambos casos. La encuesta diseñada es la que prosigue.

#### 4.8.3. Encuesta

Para la aplicación de las encuestas se consideró una muestra significativa. Los resultados obtenidos indican que del total encuestado, el 5.5% del turismo nacional que visita Michoacán así como el 18.7% del turismo extranjero accederían a los servicios que ofrece Aguacatur. Es importante mencionar que estos porcentajes representan la cuantificación inicial y están sujetos a una evolución previsible ya que el mercado potencial es mucho más amplio.

# ENCUESTA



1. ¿Conoce el aguacate/guacamole?  Sí  No
2. ¿Ha probado o le gustaría probar el aguacate/guacamole?  Sí  No
3. ¿Le gustaría saber más sobre el aguacate y sus huertos?  Sí  No
4. ¿Conoce Michoacán?  Sí  No
5. ¿Le gustaría hacer ecoturismo en Michoacán?  Sí  No
6. ¿Tomaría un tour ecoturístico sobre el aguacate?  Sí  No

AguaTour® de mi corazón Michoacán  
DR. AguaTour, S.A. de C.V.  
www.aguatur.com

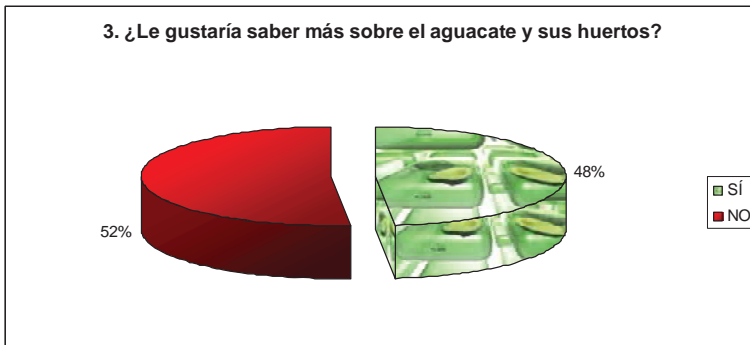
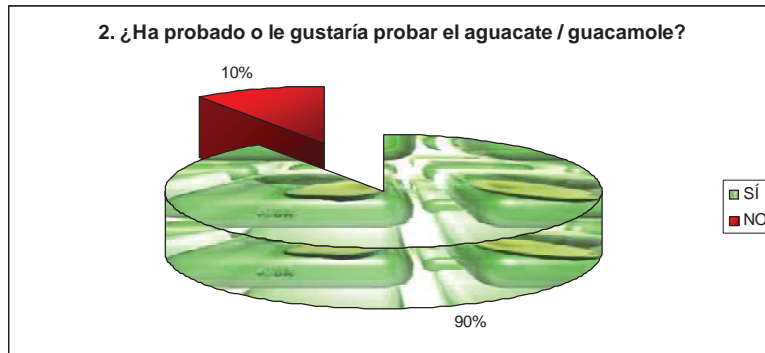
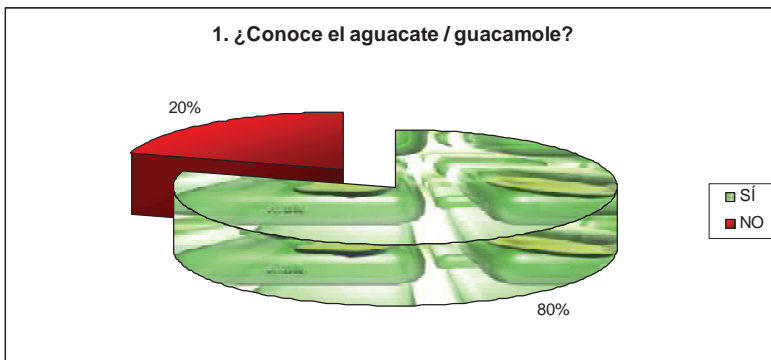
# SURVEY

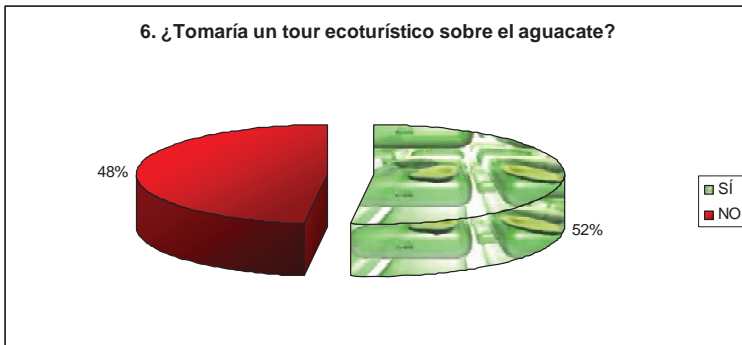
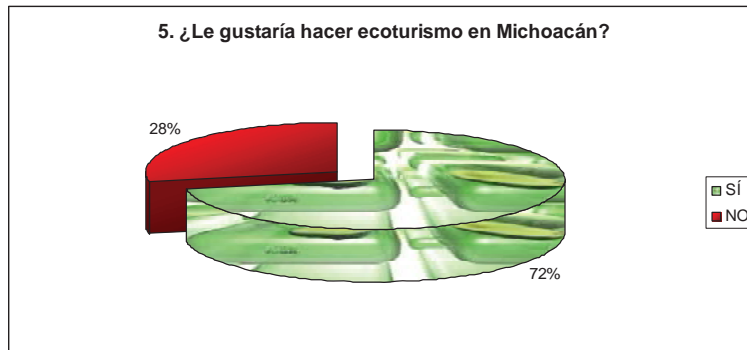
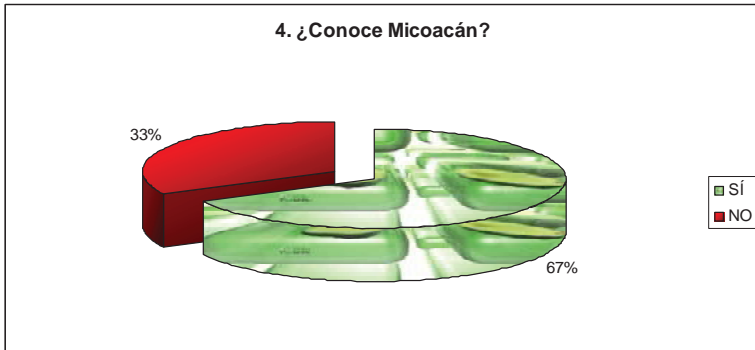


1. Are you familiar with the avocado/guacamole?  Yes  No
2. Have you ever tasted authentic natural avocado/guacamole?  Yes  No
3. Would you like to know more about avocado and orchards?  Yes  No
4. Have you been in Michoacán, México?  Yes  No
5. Would you like to experience ecotourism in Michoacán?  Yes  No
6. Would you like to take an ecotouristic avocado trip?  Yes  No

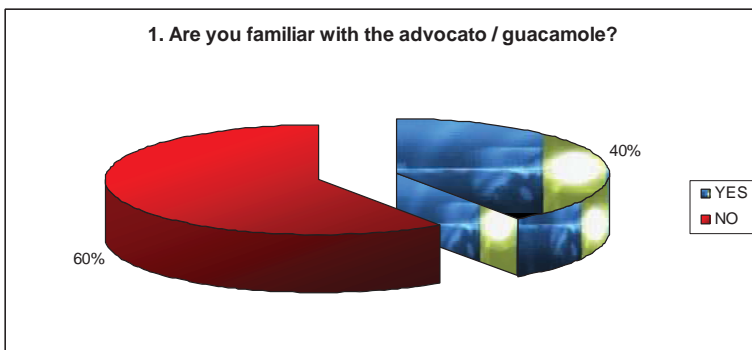
AguaTour® de mi corazón Michoacán  
All rights reserved. AguaTour, S.A. de C.V.  
www.aguatur.com

Los resultados de las encuestas realizadas a la muestra significativa nacional son los que se muestran a continuación:

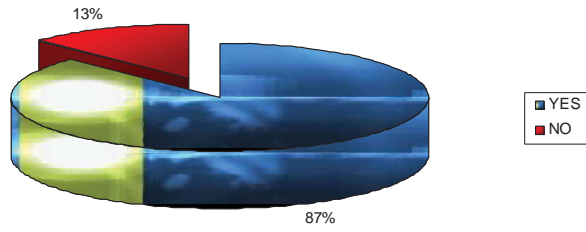




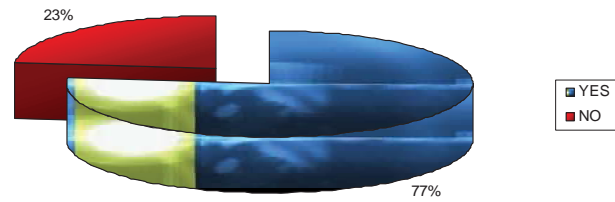
Los resultados de las encuestas realizadas a la muestra significativa internacional son los que se muestran a continuación:



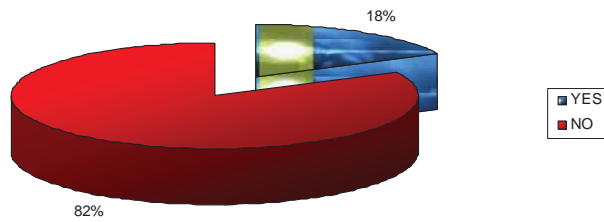
2. Have you ever tasted authentic natural advocato / guacamole?



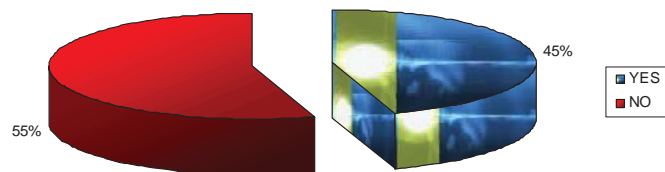
3. Would you like to know more about advocato and orchards?

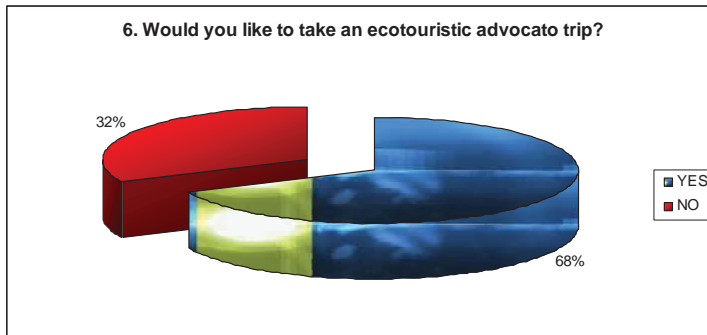


4. Have you been in Michoacán, México?



5. Would you like to experience ecotourism in Michoacán?





#### 4.8.4. Proyección de la demanda

$$Dd_{2011} = [ P \cdot ( 1 + T_{CP} )^n ] [ C_{PC} ( 1 + T_{CIRP} ) ]^E$$

Donde:

- $Dd_{2011}$  = Demanda potencial
- $P$  = Turistas en Michoacán (6.4%)
- $T_{CP}$  = Tasa de Consumo de la Población
- $C_{PC}$  = Consumo per cápita
- $E$  = Coeficiente de Elasticidad de la Demanda
- $T_{CIRP}$  = Tasa de crecimiento del Ingreso real de la población

$$Dd_{2011} = [ 3,072 \cdot ( 1 + 0.024 )^5 ] [ 1\text{tour/año} \cdot ( 1 + 0.95 ) ]^{1.25}$$

$$Dd_{2011} = 7,970 \text{ turistas / año}$$

Traduciendo esto a datos duros obtenemos que la demanda esperada para el primer año es de 3072 turistas y proyectando un crecimiento del 50% para el segundo año y un 20% en los subsecuentes 3 años, y de acuerdo al calculo de la proyección de la demanda para el año 2011 obtenemos que para tal año la demanda será de 7970 turistas por lo que significa un 259% más de la demanda esperada en el año 2007.

AÑO	2007	2008	2009	2010	2011
USUARIOS	3,072	4,608	5,529	6,635	7,970

La elasticidad precio de la demanda será un elemento clave para futuras discusiones, ya que se conocerá la reacción ante un incremento en los precios, y se podrán definir políticas dependiendo de los objetivos que se tengan.

#### 4.9. Análisis de la oferta

En la actualidad en Michoacán existen varios tours pero ninguno de ellos enfocados a algún producto industrializado, por lo cual ante los diferentes ofertantes, consideramos

que nuestro servicio tiene tal grado de diferenciación que nuestra oferta se consideraría única y se limita a nuestra capacidad instalada.

Dentro de los primeros 5 años nuestra capacidad de oferta se verá limitada por la capacidad de pasajeros del camión adquirido y tiempos de recorrido del tour, lo cual nos arroja que solo podemos hacer un viaje diario con capacidad de atender a 33 turistas, que esto se traduce a una capacidad de 11,880 turistas al año.

#### 4.10. Oferta, demanda, precios y comercialización

De los análisis individuales de Oferta y demanda se detectó que nuestra oferta satisface la demanda proyectada por lo menos hasta el quinto año, es decir con nuestra capacidad instalada se cubre totalmente la preferencia del turista por elegir un tour temático como el que representa Aguacatur hasta el año 2011.

Actualmente existen en el mercado otros servicios similares de Aguacatur como los mencionados en competencia al proyecto, con base a esto tomamos de referencia los precios por la adquisición de estos servicios y definimos que el precio por tour es de \$700.

El precio debe ser determinado como competitivo para que encuentre cabida en el mercado, si los márgenes calculados de utilidad para Aguacatur son significativos pero en algún momento el mercado exigiera una variación de éste de acuerdo a las condiciones de la demanda, se tendría que dar. La determinación del precio se detalla en el análisis financiero.

Los canales de comercialización serán los siguientes:

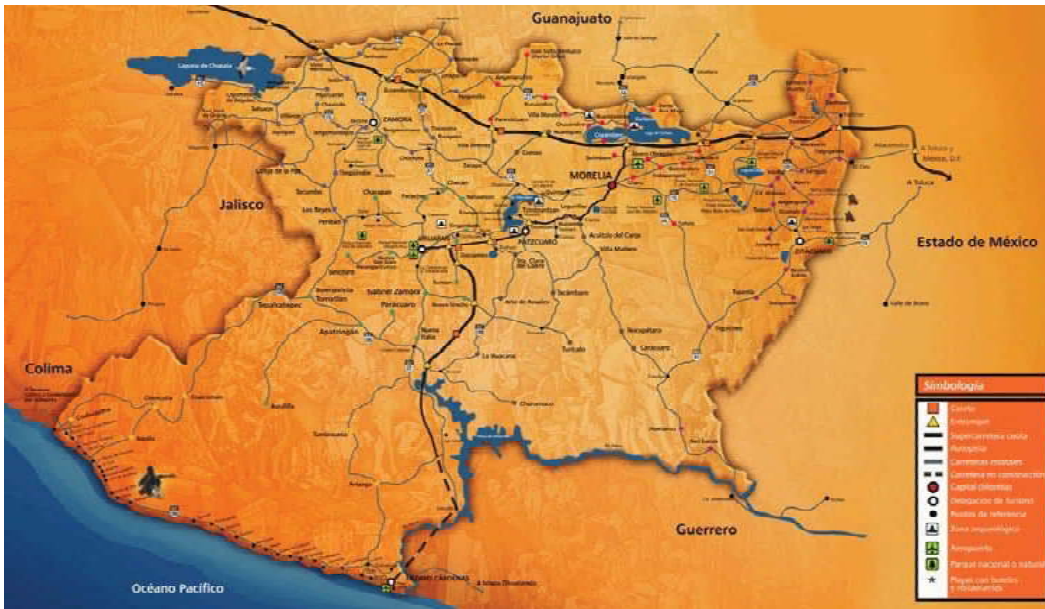
- Hoteles y restaurantes asociados al sistema
- Agencias de viaje
- Oficinas gubernamentales de turismo
- Comercio electrónico vía [www.aguacatur.com](http://www.aguacatur.com)
- Sistema Ticketmaster

#### 4.11. Localización

Se determina que la región de Uruapan, Michoacán es la zona del estado que cuenta con las características necesarias y por tanto es a donde se orienta el diseño del recorrido temático del fruto. También debe destacarse que existen lugares aledaños a la región de Uruapan de gran importancia en la producción del fruto y que cuentan con una serie de atractivos turísticos al igual que en la región de Pátzcuaro reconocida como centro turístico a nivel mundial.

Por otra parte se considera que Morelia es la mejor localización del centro de operaciones de Aguacatur por contar con los servicios de aeropuerto internacional y la mayor infraestructura hotelera y restaurantera para la ocupación turística, así como diversos

hoteles de categoría especial tan cotizados entre los turistas extranjeros. Otro punto importante a mencionar es que Morelia se encuentra en el extremo norte de los recorridos de Aguacatour por lo que facilita a los turistas a acceder a todos estos servicios al término del tour.



A continuación se presenta información general sobre los principales destinos que se tocan en el proyecto.

#### 4.11.1. Morelia

Se localiza en la zona centro-norte del Estado. Su cabecera es la capital del Estado de Michoacán. Se ubica en las coordenadas 19°42' de latitud norte y 101°11.4' de longitud oeste, a una altura de 1,951 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con Tarímbaro, Chucándiro y Huaniqueo; al este con Charo y Tzitzio; al sur con Villa Madero y Acuitzio; y al oeste con Lagunillas, Coeneo, Tzintzuntzan y Quiroga. Su distancia a la capital de la República es de 315 km.

Extensión: Su superficie es de 1,199.02 km<sup>2</sup> y representa el 2.03 por ciento del total del Estado.

Orografía: La superficie del municipio es muy accidentada. La región montañosa se extiende hacia el sur y forma vertientes bastante pronunciadas, que se internan al norte, sobresaliendo los cerros de Punhuato y las lomas antiguamente llamadas de El Zapote, que se unen en la región norte con la sierra de Oztumatlán. Al sur de la ciudad de Morelia se encuentran las lomas de Santa María de los Altos; adelante están los cerros de San Andrés, que se unen, en la parte noroeste, con el pico de Quinceo, la mayor altura en la



zona, con 2,787 metros sobre el nivel del mar, que tienen conexión con las lomas de Tarímbaro y los cerros de Cuto y de Uruétaro, los cuales limitan al valle y los separan del lago de Cuitzeo.

**Hidrografía:** El municipio se ubica en la región hidrográfica número 12, conocida como Lerma-Santiago, particularmente en el Distrito de Riego Morelia-Queréndaro. Forma parte del lago de Cuitzeo. Sus principales ríos son el Grande y el Chiquito. Sus arroyos más conocidos son la Zarza y la Pitaya. Su presa más importante es la de Cointzio, aunque cuenta con otras menores como las de Umécuaro, Laja Caliente y La Mintzita. También son importantes sus manantiales de aguas termales que son aprovechados como balnearios, figurando Cointzio, El Ejido, El Edén y Las Garzas.

**Clima:** Predomina el clima del subtipo templado de humedad media, con régimen de lluvias en verano de 700 a 1,000 milímetros de precipitación anual y lluvias invernales máximas de 5 milímetros anuales promedio. La temperatura media anual es de 14° a 18° centígrados, aunque ha subido hasta 38° centígrados. Los vientos dominantes provienen del suroeste y del noroeste, con variables en julio, agosto y octubre, con intensidad de 2 a 14.5 km/hora.

**Principales ecosistemas:** La vegetación se encuentra claramente diferenciada, de acuerdo a la altitud y a los tipos de clima y de suelo: en la parte montañosa del sur, por ejemplo, hay coníferas (pinos, encinos y madroños); en la región norte, arbustos y matorrales (mezquites, cazahuates, “uña de gato” y huisaches). En el sureste de la ciudad se encuentra el bosque “Lázaro Cárdenas”, que es una reserva ecológica. En términos generales, la flora comprende, entre otras especies encino, cazahuate, granjeno, jara, sauce, pirúl, cedro blanco, nopal, huisache, pasto, girasol, maguey, eucalipto, fresno y álamo. En cuanto a fauna, se pueden enumerar conejo, coyote, tlacuache, ardilla, víbora, liebre, aves silvestres, tejón, ganado caprino y porcino, águila, gavilán, halcón, armadillo, cuervo y zorrillo.

**Características y uso del suelo:** La ciudad se encuentra asentada en terreno firme de piedra dura denominada riolita, conocida comúnmente como cantera, y de materiales volcánicos no consolidados o en proceso de consolidación, siendo en este caso el llamado tepetate. El suelo del municipio es de dos tipos: el de la región sur y montañosa pertenece al grupo podzólico, propio de bosques subhúmedos, templados y fríos, rico en materia orgánica y de color café “forestal”; la zona norte corresponde al suelo negro “agrícola”, del grupo Chernozem. El municipio tiene 69,750 hectáreas de tierras, de las que 20,082.6 son laborables (de temporal, de jugo y de riego); 36,964.6 de pastizales; y 12,234 de bosques; además, 460.2 son incultas e improductivas.

**Industria:** En la capital de Michoacán se encuentra la Ciudad Industrial de Morelia, en la que hay empresas pequeñas y medianas dedicadas a diferentes ramos. Entre otros giros, la industria moreliana se dedica al aceite comestible, la harina, a la fundición, al plástico, a los dulces en conservas, al embotellamiento de agua y de refrescos. De acuerdo al documento Indicadores de Comercio al Mayoreo y al Menudeo, Estadísticas Económicas



INEGI, publicado en julio de 1997, las actividades económicas del municipio, por sector, se distribuyen de la siguiente manera:

- Sector Económico Primario (agricultura, ganadería, caza y pesca) 6.64%.
- Sector Económico Secundario (industria manufacturera, construcción, electricidad) 25.91%.
- Sector Económico Terciario (comercio, turismo y servicios) 63.67%.
- Dentro de las actividades no especificadas, se contempla un 3.77%.

Turismo: Por localizarse cerca de poblaciones con tradiciones y próxima a escenarios naturales, como Los Azufres y los lagos de Pátzcuaro y de Cointzio, entre otros sitios, y por haberse fundado la ciudad de Morelia el 18 de mayo de 1541 y contar, por lo mismo, con un significativo acervo arquitectónico, cultural e histórico, en la cabecera del municipio se desarrolla una importante actividad turística. Cuenta con infraestructura, entre la que destacan hoteles, restaurantes, agencias de viajes, clubes deportivos, balnearios, centro de convenciones, planetario, orquidario, parque zoológico, etc.

En el municipio también hay atractivos naturales, entre los que destacan los siguientes: Cueva de la Joya, en Capula; Cañada del Cañón, en Capula; La Peña, en Atécuaro; Grutas de la Escalera, en Cuto de la Esperanza; balnearios el Edén y el Ejido, en la tenencia Morelos; bosque en Jesús del Monte; Presa de Umécuaro, en Santiago Undameo; Presa Cointzio, en Santiago Undameo; Cerro del Aguila, con 2,800 metros sobre el nivel del mar, en Tacúaro; Manantial del Bañito, en Tiripetío; Cráter de la Alberca, en Teremendo; Cerro del Zirate, en Teremendo; Bosque Lázaro Cárdenas, en Morelia.

Comercio: Desde hace ya muchos años, Morelia se ha caracterizado por su intensa actividad comercial, e incluso ha sido centro de abasto para poblaciones de menor densidad demográfica aledañas al municipio. Actualmente cuenta con varias plazas comerciales modernas, con establecimientos dedicados a toda clase de giro y con tiendas de gran tradición.

Servicios: La mayor parte de las empresas dedicadas a los servicios se concentran en la cabecera municipal. Se dispone de toda clase de servicios. Sector Primario: Este sector no es significativo en el municipio, de manera que contempla un 6.64% dentro de la actividad económica. Se llevan a cabo algunas actividades relacionadas con agricultura y silvicultura.

#### 4.11.2. Uruapan

Se localiza en la porción oeste del estado de Michoacán, entre los paralelos 19° 38 00 al 19° 12 00 de latitud norte y los meridianos 101° 56 00 al 102° 22 00 de longitud oeste de Greenwich, con una variación en altitud de 900 msnm (ejido el Sabino y ejido San Marcos) a 3,280 msnm (Cerro Angahuan), INEGI 2001, con una altitud en la ciudad de 1,620 msnm. La cabecera Municipal se ubica a 19° 25 minutos de Latitud Norte y 102° 03' de Longitud Oeste.

Extensión: Su superficie es de 954.17 km<sup>2</sup> y representa 1.62 por ciento del total del Estado.

Orografía. El municipio de Uruapan, se incluye dentro de la sierra volcánica transversal, siendo el principal sistema montañoso del estado. La orografía de este municipio esta compuesta de terrenos accidentales con una topografía montañosa, lomas, mesetas y llanuras.

Las principales elevaciones del municipio de Uruapan son cinco y estas son: El Brinco con una altitud de 300 mts; el cerro Angahuan tiene una altitud de 3280 mts; cerro El Metate 2900 mts, y cerro El Horno que cuenta con una altitud de 2900 mts y finalmente el cerro de la Cruz cuenta con una altitud de 2300 mts. , y esta colinda en su ladra sur con la zona urbana.

Principales ríos y corrientes de agua.

Presa Mataguaran. El municipio de Uruapan, Michoacán, cuenta con cinco ríos entre los más importantes y la superficie que recorren en el mismo son: Río Cupatitzio con una superficie del municipio de 58.4%, Río Paracho con 19.6%, Río la Parota con una superficie del municipio de 15.3%, Río Itzícuaru con una superficie del municipio del 6.0% y Río Bajo Tepalcatepec ocupando una superficie en el municipio de 0.7%. Entre los manantiales, aprovechamientos y canales más importantes del municipio están: Llanos de Uruapan, Matanguarán, Santa Bárbara, Los Conejos, La Cofradía, El Vainillo, El Cangrejo, El Sauce, Cario, La Loma, Tejerías, Jicalán, Tamacua, Etc.

Además de los anteriores los siguientes manantiales del Río Cupatitzio que dotan a la ciudad d agua son: Revelero 1 y 2, El Pescadito, La Hierbabuena, Gandarillas, La Piedra Ancha en la zona oriente. Existen en el municipio dos presas que son la Presa de Cupatitzio y la Presa de Caltzontzin.

Clima. El municipio de Uruapan mantiene en el transcurso del año y a través de sus diferentes situaciones geográficas, climas con temperaturas promedio diferentes como; Cálido sub húmedo con lluvias en verano con una temperatura promedio de 23.4 grados y una precipitación pluvial promedio anual de 1,127mm.; Semicálido subhúmedo con lluvias en verano con una temperatura de 23 grados, precipitación promedio anual de 1,622 mm.; y Templado húmedo con abundante lluvias en verano y una temperatura de 18.8°C.

Temperatura promedio anual. El municipio a lo largo de su territorio cuenta con diferentes tipos de clima y en promedio cuenta con una temperatura media en el municipio de Uruapan contando con un clima templado húmedo, con abundantes lluvias en verano, en la mayor parte del mismo.

Geología. Es parte de la sierra tarasca, situada en la zona periférica. La región de Uruapan es zona inminentemente volcánica lo recuerdan los numerosos conos volcánicos extinguidos que dan características al paisaje montañosos que entornan la ciudad. La cordillera en que se sitúa es el área de más reciente vulcanismo en México, lo que la hace ser una zona de frecuentes temblores.

En el distrito de Uruapan se encuentran los tipos de suelos característicos de la meseta tarasca que Aguirre Beltrán clasifica en tres: el amarillo café de las altas montañas, el tupuri (marga arenosa fina) de los valles y laderas y el rojo arcilloso llamado charanda de los declives de la zona periférica en la que está acentuada Uruapan.

Flora y Fauna. Se combinan por el intermedio de la zona fría y caliente en que esta situado el municipio. El inventario forestal de 1888, señalaba las siguientes especies poblando los montes del municipio: pino, encino, brasil, campincirán, cirián, cinco hoja, caulote, zangoricua, sabino, tepehuaje, cuerazo y azulillo en los montes que corrían hacia la parte sur. Los del norte tenían: pino, encino, madroño, manzanillo, haya, pinabete, cedro, sirimo, aile, jaboncillo y nogal. En los montes de la parte suroeste: pinos, encinos, madroños, tepehuajes, palo dulce, zopilote, zangoricua, fresno, baril, vara blanca, inchahuevo, ucás cuerazo, parota, zaiba, canelo sicomoro y otros no específicos. El ser Uruapan el enlace entre las dos zonas, la fría y la caliente, lo hace ser tierra de venados, tejones, coyotes, gran variedad de pájaros y en cuanto aumenta el calor pueden aparecer en escuadrones los zancudos, las chancharras, los alacranes, gorupos, niguas, jejenes y otras especies de la tierra caliente.

La zona no es muy abundante en el ramo de la ganadería pues el registro de estas distintas especies apenas daba en 1971.

La explotación moderna de los bosques ha hecho disminuir mucho las reservas tradicionales de maderas industriales y a cambio se ha dado en hacer de Uruapan una importante zona aguacatera. Sin embargo el municipio cuenta todavía con un 52% de su superficie en recursos forestales.

Es esplendorosa la naturaleza en Uruapan; clima y agua, buen cielo y gente amante de la belleza han hecho de cada casa un jardín donde se encuentran azaleas, gardenias, rosas, claveles, nardos, gladiolas, malvas, aves de paraíso, magnolias, bugambilias, floripondios, jazmines y una amplia gama de plantas y flores que es atractivo a lo ya abundante del elogio que se ha hecho.

Desarrollo e Inversiones. El Municipio de Uruapan durante muchos años se ha caracterizado por ser un centro comercial regional que abastece de productos y servicios a más de 13 municipios circunvecinos, la intensa actividad agrícola de esta región ha hecho de Uruapan un punto estratégico como abastecedor de insumos, maquinaria y servicios relacionados con esta actividad.

En Uruapan existen cerca de 15 mil negocios establecidos de los cuales el 82% se dedican a la actividad comercial y de servicios y el 18% restante a la industria de transformación.

Cabe destacar que hace aproximadamente 20 años, Uruapan se convierte en la Capital Mundial de Aguacate por su excelente clima que favorece al cultivo de este fruto, actualmente se producen en Uruapan y su región cerca de 500,000 Toneladas de aguacate anualmente de las cuales se exporta el 10% a mercados como Francia, Japón y Estados Unidos y Canadá entre otros, esta intensa actividad de cultivo del llamado "oro verde" hace de Uruapan un lugar atractivo para invertir en esta actividad tanto en tecnología como en servicios a productores y empacadores como en la gran área de oportunidad que representa la agroindustria que implica dar mayor valor agregado al producto en la elaboración de aceite o pasta de aguacate de gran demanda en los mercados nacionales e internacionales.

Es un hecho que el campo mexicano debe diversificarse buscando en la agroindustria dar valor agregado a los productos del campo, la zona de influencia de Uruapan rodeada de tan variados productos agrícolas y agua en abundancia propone ser una excelente alternativa para quien desee invertir en giros agroindustriales, en la elaboración de enlatados, jugos, congelados, mermeladas, conservas, etc. de toda esta gran variedad de frutas y hortalizas.

El municipio de Uruapan conoce la necesidad de crear un parque industrial regional que acoja a los inversionistas interesados en incursionar en negocios interesantes para la región dadas las fortalezas y oportunidades que aquí se presentan.

La Huatápera. Fue el primer Hospital de América Latina de indios de Michoacán establecido por Fray Juan de San Miguel en 1533, en el mismo año de la fundación de Uruapan su significado proviene del Purépecha huatàpera “ lugar de reunión o donde se puede llegar “ se ubica en el centro de la ciudad a un costado de la iglesia de la inmaculada concepción, se construyó en una de las manzanas centrales al lado de la gran plaza que en ese entonces existía posteriormente se dividió en tres plazas, en la parte oriente se llama Fray Juan de San Miguel, la del centro Miguel rincón (líder obrero) y en el lado occidente el jardín de los Mártires de Uruapan, en la actualidad esta plaza se encuentra dividida en dos: Plaza Morelos y Plaza Mártires de Uruapan, en la misma manzana en que se construyó el hospital, se levantó también el convento y una pequeña capilla que se conoce con el nombre de Santo Sepulcro. Este edificio era conocido por los tarascos con el nombre de la Huatápera, la fachada con la que cuenta es la original y el resto del lugar es en la actualidad un museo fijo donde se puede apreciar el arte y la cultura Purépecha.

Iglesia del viejo San Juan (ruinas). Se localiza entre el mirador de la comunidad indígena de Angahuan y el Volcán Parícutín, ahí se encontraba “el Cristo de los milagros” quien era el patrón del pueblo, en la actualidad se encuentra en San Juan Parangaricutiro. Esta iglesia quedo sepultada por la lava salvo las torres y el altar.

Fabrica de San Pedro. La fabrica de hilados y textiles San Pedro en Uruapan, Michoacán, constituyo uno de los proyectos más importantes de la industria textil del estado durante el siglo XIX. El proyecto inicio en 1886 y para 1911 el total de los edificios de esta fabrica estaban concluidos y en funcionamiento, manufacturando algodón, lino y seda.

Actualmente sus máquinas originales siguen trabajando en los telares y también se utiliza como salón de eventos especiales.

Lienzo de Jucutacato. Su localización se hizo a mediados del siglo pasado en la comunidad de Jicalan; sería uno de los documentos a esclarecer en la historia antigua de Uruapan y su rumbo. Algunos elementos de la pintura hacen suponer que su elaboración pertenece a la década de 1530 a 1540, aunque su información se refiere a épocas más antiguas y que hasta entonces se venía manteniendo en la tradición oral. La elaboración de este lienzo recuerda la de los códices prehispánicos de otras culturas mesoamericanas y más cercanamente tendría que ponerse en relación con los demás lienzos de elaboración colonial en el área de Michoacán donde también se recogen datos de la historia indígena. Curiosamente, no cuenta con salvo un texto en tarasco, sino en náhuatl. Se cree que estas leyendas fueron escritas por algún indígena (por instrucciones de los conquistadores) náhuatl, con objeto de señalar las ricas minas michoacanas. El único texto en lengua Purépecha parece decir, según Eduardo Ruiz, “esta alrevesado para que no se sepa de donde vinieron”.

Casa de la cultura. Su origen cede del convento franciscano: construcción continua a la parroquia de san francisco y dirigida por Fray Juan de San Miguel en 1536, el convento franciscano fue de gran ayuda para asistencia espiritual de los habitantes del pueblo, en 1767 Fray Tejada, guardián del convento fue encargado de ceder la iglesia de san francisco al clero diocesano cumpliendo la orden de secularizar las parroquias fue destinado el convento casa cural, durante el movimiento de guerra el pueblo incendiado por el insurgente Antonio Torres (1817) en la revolución de Ayutla y en la intervención francesa sufrió lo mismo el conjunto arquitectónico fue utilizado como fortaleza por las tropas imperiales durante el porfiriato en acuerdo conciliar continuo bajo la administración eclesiástica aunque el edificio funcionaba como escuela particular. Las religiosas del sagrado corazón establecieron en 1892 su colegio de San Joaquín su primer asiento fue la casa de 1er. Diezmo (casa de la cultura), el triunfo de la revolución 1917 expropia edificios del clero y los destina a instituciones, este edificio se habilita como escuela federal Lic. Ignacio Manuel Altamirano, primera institución de este tipo, posteriormente paso a ser oficinas de servicio publico y el 21 de octubre de 1992 se destinó como “casa de la cultura”.

Templo de San Francisco. Construido en 1533, cuenta con una antigua portada del siglo XVI y esta hecha en cantera estilo plateresco, en el interior de la iglesia conserva un Cristo del siglo XVIII, las imágenes que aparecen en los triángulos curvilíneos que forman la cúpula están pintados en pintura vinílica y representan “una brevisima historia de nuestra salvación y a la vez una representación de la santa misa” estas obras fueron pintadas por Mohamad Scidel, ubicada en el centro de la ciudad de Uruapan.  
Templo de la Inmaculada Concepción

Se encuentra situada a un costado de la Huatápera fue construida a finales del siglo XIX, la portada esta hecha en cantera y carece de cúpula, su planta es de cruz latina, su fachada fue terminada en los años 70’s y carece de torre, esta decorada con esculturas de la Virgen María y de Ángeles, todas ellas en cantera.

Parque Nacional “Barranca del Cupatitzio”. Comprende de 19.8 ha. de área de recreación y 452 ha. de área de conservación, se encuentra ubicado dentro de la región de la cuenca del río Cupatitzio, esta en el extremo Centro Occidente del Estado de Michoacán. Es el segundo Parque más visitado de la República; se le conoce como barranca del Cupatitzio, ya que es en este lugar donde nace el Río Cupatitzio dicho nombre proviene de la composición de dos vocablos del origen Purhépecha, de kupatzini “zambullirse” e itzio “en el agua”, su historia comienza apenas al final del siglo XIX y comienzos del siglo XX, en este tiempo el Parque era un huerto particular que perteneció a la familia del Lic. Eduardo Ruiz, y se destinaba principalmente al cultivo del café, junto con otros árboles frutales y de ornato, a la muerte del Lic. Eduardo Ruiz, heredó la propiedad a su hija Josefina, que la conservó sin cambio alguno entonces era conocida como la quinta Ruiz.

La Tzararacua y La Tzararacuita. Se localiza a 10km., Al sur de Uruapan, cuenta con una impresionante cascada que tiene más de 40 mts. de altura, su significado en Purhépecha es “cedazo”. Rodeada de una gran variedad de flora, se puede llegar a ella a pie o dando un paseo a caballo. La Tzararacuita cuenta con una caída de agua de aproximadamente 16 mts., Localizada a un costado de la Tzararacua, lugar entre tierra templada y caliente donde existe biodiversidad de plantas y animales.

Presa de Santa Catarina. Llamada también presa de Caltzontzin ubicada a solo 5 minutos de la ciudad de Uruapan, rodeada de frondosos árboles y flores que permite gozar de un agradable día de campo, así como remar o caminar por la banqueta que rodea esta presa de aguas cristalinas.

Zoocriadero “El Sabino”. Ubicado a 17 Km. de la ciudad de Uruapan, por el camino de brecha Uruapan - San Marcos con un clima cálido, temperatura media anual de 30°C, en este lugar podrás conocer animales exóticos y de la región, como son león africano, lince, tejón, venado, avestruz, tortugas, siendo su principal atractivo los cocodrilos, además a unos 5 Km., de este se encuentra una bella caída de agua aproximadamente de 20 mts. de altura.

Mercado de Antojitos. Sitio de refinados sabores, aquí puede encontrar la tradicional comida de la región, tanto por la mañana, tarde y noche, así como su variedad en sazones así podrás disfrutar del arte culinario Purhépecha.

Casa del Turista. Casa de construcción típica de la Región destinada a la promoción, exhibición y venta de una gran variedad de artesanías de todo el estado de Michoacán como maderas, maque, alfarería, textiles y productos típicos elaborados en el municipio como el café, chocolate, Charanda, nuez de Macadamia, licores, además se cuenta con el servicio de brindar información turística a los visitantes.

Tianguis artesanal de Domingo de Ramos. Uruapan se viste de gala el domingo de ramos con la fiesta de los artesanos, que muestran a los visitantes las virtudes de nuestros pueblos, cuyas raíces son tan profundas para mostrarse al mundo. Así podemos admirarlo en las actividades realizadas durante el tianguis artesanal como son: desfile artesanal, concurso artesanal, concurso y desfile de traje regional, muestra gastronómica y desfile

de las aguadoras. Es considerado el tianguis artesanal más importante de Latinoamérica y se encuentra entre los más importantes del mundo, actualmente se reúnen más de 1200 artesanos de todo el estado de Michoacán exponiendo más de un millón de piezas artesanales entre las que destacan alfarería, maque, lacas, textiles, fibras vegetales, instrumentos musicales, talla de madera, cobre, etc.

#### 4.11.3. Pátzcuaro

Se localiza al centro del Estado, en las coordenadas 19°31' de latitud norte y 101°36' de longitud oeste, a una altura de 2,140 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con Tzintzuntzan, al este con Huiramba, al sur con Salvador Escalante, y al oeste con Tingambato y Erongarícuaro. Su distancia a la capital del Estado es de 64 km.

Extensión. Su superficie es de 435.96 km<sup>2</sup> y representa el 0.74 por ciento del total del Estado.

Orografía. Su relieve lo constituyen la depresión del Pátzcuaro, el sistema volcánico transversal y los cerros el Blanco, el del Estribo, del Frijol y el Cerro del Burro.

Hidrografía. Su hidrografía se constituye principalmente por el Lago de Pátzcuaro. Tiene un arroyo conocido como El Chorrillo y otros manantiales.

Clima. Su clima es templado, con lluvias en verano. Tiene una precipitación pluvial anual de 983.3 milímetros y temperaturas que oscilan de 9.2 a 23.2° centígrados.

Principales ecosistemas. En el municipio predominan los bosques: Mixto, con especies de pino, encino y cedro, en el de coníferas, con oyamel y junípero. La fauna está constituida por ardilla, cacomixtle, coyote, liebre, armadillo, tortuga, cerceta, pato, aguililla, chachalaca, achoque, pez blanco, charal, carpa, lobina negra y mojarra.

Recursos naturales. La superficie forestal maderable, es ocupada por encino y pino, la no-maderable es ocupada por matorrales.

Características y uso del suelo. Los suelos del municipio datan de los periodos cenozoico, cuaternario, terciario y mioceno, corresponden principalmente a los del tipo podzólico y pradera de montaña. Su uso primordialmente es forestal y en menor proporción agrícola y ganadero.

#### 4.12. Misión, visión, valores y productos

##### 4.12.1. Misión

Ofertar turísticamente el aguacate y sus diversas etapas: Su zona productora, comercial e industrial así como todas las riquezas naturales de la región, acompañada de folklore, cultura y gastronomía de Michoacán.



#### 4.12.2. Visión

Posicionar al AGUACATOUR de mí corazón michoacano,® como la experiencia turística, cultural y gastronómica que debe ser vivida por todos aquellos que visiten Michoacán.

#### 4.12.3. Valores

Hospitalidad: Brindando un tratamiento amable a cada visitante para que su experiencia resulte única e inolvidable.

Calidad: Como prerrequisitos de todos los servicios y productos que integran AGUACATOUR® para garantizar la eficiencia y satisfacción a cada visitante.

Creatividad: Para ir más allá de las expectativas de cada visitante en la búsqueda y encuentro de los diferentes matices de Michoacán y el ser michoacano.

Los actores de la industria del Aguacate, son anfitriones para dar la bienvenida al visitante nacional e internacional, mostrando como esta tierra trabajada con esmero da uno se los mejores frutos que por su sabor y calidad es reconocido en el mundo.

**SE DESCUBRE EL SECRETO DONDE SE TEJEN LOS ESFUERZOS DE LOS MICHOCANOS, QUE EN CONJUNCIÓN CON EL SOL, TIERRA Y AROMAS QUE SE RESPIRAN EN LA ATMOSFERA DONDE NACE EL FRUTO QUE ORGULLOSAMENTE DA NOMBRE AL AGUACATOUR.**

Protagonista de este encuentro con nuestro pasado y actualidad que se muestra a todo visitante.

AGUACATOUR de mi corazón Michoacano como el “Sistema de Promoción y Exportación Turística de Aguacate”.promueve comercial y turísticamente el Aguacate, y como nuevo producto turístico ofrece valor agregado en su experiencia turística a cada visitante, con ello contribuyendo a fortalecer la identidad de Michoacán.

#### 4.12.4. Productos

Consideraciones sobre los Productos.

Ahora bien entendiendo el concepto de Sistema de Desarrollo Turístico : como una serie de acciones emprendidas que buscan el desarrollo e integración de una serie de productos y servicios que se ofertan dentro del mercado turístico, que comprende atender las necesidades y expectativas del visitante que va en la búsqueda de conocer lo particular y peculiar de un lugar. Y en el caso del Sistema de Promoción y Explotación

Turística del Aguacate® se especializa en la experiencia turística entorno al Aguacate como símbolo de identidad en Michoacán.

De tal suerte en base a los principios y criterios expuestos los productos y servicios a desarrollarse e integrarse deben cumplir con ellos, para que lleven la marca AGUACATOUR de mí corazón michoacano®.

Para efecto del desarrollo del Sistema de Promoción y Explotación Turística del Aguacate®, se trabajaran en los siguientes tipos de productos :

Productos y Servicios para Hoteles: Estos productos y servicios son especialmente diseñados para que los visitantes tengan un contacto de inmediato con la experiencia turística del Aguacate en Michoacán.

Productos para habitaciones.- estos especialmente están dirigidos a las habitaciones del hotel, que puede consistir en un artículo decorativo o diseño que ambiente la estancia, con obras artísticas temáticas del fruto, que adquirirán los Afiliados, así como se pondrán de exhibición para su venta al público en general.

Productos para cuarto de baño: en este sentido encontramos una gran oportunidad de inicio de la experiencia turística del aguacate en las amenidades: jabón de tocador, crema , shampoo, del cuarto de baño, ya que siendo el Aguacate plenamente reconocido y recomendado para los cuidados en belleza y se emplean comúnmente en estos productos.

Servicios de Spa y belleza para hoteles : En este tipo de servicios directa o indirectamente se cuenta con personal capacitado para proporcionar al los huéspedes de los hoteles afiliados al Sistema, servicios y tratamientos de belleza como masajes relajantes , todo ello aplicado productos cosméticos hechos a base de aguacate.

Productos Souvenir : Consistente en diseños exclusivos de artículos turísticos , que estarán a la venta en áreas designadas para ello en los hoteles y restaurantes afiliados al Sistema

Productos y Servicios para Restaurante: Estos están dirigidos para continuar con la experiencia turística del Aguacate, resaltando uno de sus principales atributos que es el gastronómico, de tal suerte el diseño de la RUTA GASTRONOMICA DEL AGUACATE, con el platillo Aguacatour®, obedece a brindar al visitante el sabor de Michoacán por medio del fruto.

Ruta Gastronómica del Aguacate®: Se integra con la participación de los restaurante afiliados al Sistema; ubicados en las principales ciudades del Estado.

Platillo Aguacatour®: Es un platillo a base o en acompañamiento de Aguacate Michoacano con recetas diversas . Su diseño obedece para la integración habitual del menú o carta de los restaurante afiliados, para poder ser incluidos dentro de la Ruta Gastronómica del Aguacate®.

Aguacatour Art. - Esta estrategia esta especialmente diseñada, para que con obras artística temáticos del Aguacate ambientar la estancia del lugar con la experiencia, asimismo dichos productos serán adquiridos por los Afiliados, como se exhibirán para su venta al público..

Productos para bares, antros y peñas: Para que estos establecimientos se integren a la experiencia turística del aguacate, además de ajustarse a los criterios de calidad del Sistema, ofrecerán en snack y bebidas productos que lleven el ingrediente distintivo del Aguacate.

Aguacatour Night ® esta integrado por los lugares de entretenimiento nocturno que estén afiliados al Sistema y que ofrezcan veladas inolvidables a los visitantes y donde además podrán disfrutar de bocadillos, botanas y bebidas hechas a base de Aguacate.

Aguacatour Art. - Esta estrategia esta especialmente diseñada, para que con obras artística temáticas del Aguacate ambientar la estancia del lugar con la experiencia, asimismo dichos productos serán adquiridos por los Afiliados, además se exhibirán para su venta al público..

Tour Temático del Aguacate ,AGUACATOUR de mí corazón michoacano®, es un recorrido donde se explica al visitante las principales etapas del Aguacate: cultivo, corte, comercialización e industrialización del fruto. Para ello se piensa visitar las principales zonas aguacateras del estado, considerando además los atractivos de interés turístico con los que cuenta las regiones .

Tour a grupos que gradualmente lo soliciten: Esto es que teniendo en cuenta que los hoteles afiliados será donde inicie la experiencia turística del Aguacate en Michoacán , partiendo de ese hecho , se ofrece este servicio a huéspedes en la medida que gradualmente lo soliciten.

Tour programados en días específicos de la semana: Una vez que se tenga una demanda creciente sobre dichos recorridos como en una Segunda Etapa se establecerán días específicos e itinerarios de jornada para llevar a cabo los tour.

El itinerario, entiéndase esta como la Agenda de Actividades a realizar dentro del Recorrido, estará contextualizada con el Aguacate, por ello la visita a huertos, empaques e industrializadoras del producto será el elemento diferencial a destacar.

Integración y venta de Paquetes Aguacatour®: En la medida que se vaya consolidando el diseño de la experiencia turística del Aguacate en Michoacán, se ira colocando en el mercado turístico paquetes especializados en ofertar la experiencia con la denominación Paquete Aguacatour®. En la conformación e integración de dichos paquetes participarán para ello los hoteles, restaurante y demás establecimientos afiliados al Sistema.

Aguacatilandia , el guacamole de la diversión®. :Considerando que un gran porcentaje del turismo en Michoacán , se desarrolla e integra con vacacionista acompañados de sus familias, los niños es una presencia constante . Por tanto el mercado infantil turístico es una oportunidad por atender y aprovechar en el Estado, por ello el concepto de este producto va dirigido a ellos y siendo este un Parque Temático sobre el Aguacate, lo reservaremos para desarrollarlo en una Tercera Etapa, dentro del Sistema de Promoción y Explotación Turística del Aguacate®.

Productos que integran y promocionan la Experiencia turística del Aguacate en Michoacán , dentro del Sistema: Estos productos serán los vehículos de promoción y difusión de la Experiencia turística del Aguacate en Michoacán , con ellos se pretende incrementar el porcentaje de intención de viaje a Michoacán de potenciales visitantes.

En el esquema de productos de promoción se destacan :

- Guía Aguacatur® (Guía Turística) .- Conformada por 6 secciones:
- Bienvenida, por Sector Aguacatero y Gobierno del Estado de Michoacán
- Sección Aguacate, que narra los aspectos de Gastronomía, Salud y Belleza del fruto
- Sección Mpio. Aguacatur, mpio. Que se destacan por ser productores y contar con una serie de atractivos para el visitante nacional e internacional, se contemplan 8 mpio: Uruapan, Tingambato, Tacambaro, , Salvador Escalante, San Juan Nuevo y Tancitaro. Además de la cd. de Morelia.
- Sección Tour Temático, donde se establecen rutas, servicios, itinerarios de recorridos del tour temático del Aguacate, AGUACATOUR de mí corazón michoacano®.
- Sección Servicios Incorporados, afiliados al Sistema Aguacatur mismos que cumplen con un estándar de calidad establecido para su inclusión; como son:Hoteles , restaurante, bares, peñas, discotecas o antros, etc.
- Sección Anunciantes, negocios que deseen anunciarse y formar parte del concepto AGUACATOUR®

Pagina web, [www. aguacatur.com](http://www.aguacatur.com), que esta integrada con el formato similar que la Guía Aguacatur®

#### 4.12.Cadena de valor

# Cadena de Valor





## 5. El análisis financiero como proyecto de desarrollo turísticos

### 5.1. Tamaño de infraestructura

El tamaño de infraestructura inicial del proyecto se denota en términos de lugares disponibles para cada corrida del tour por medio del camión que se empleará para dicho fin (ver anexos). La mencionada unidad cuenta con capacidad para transportar cómodamente a 33 turistas, un chofer; y realizando una modificación mínima, alojar al guía turístico.

El proyecto contempla la renta de una oficina para la labor del centro operativo y administrativo del sistema, además del equipamiento y dotación de insumos de oficina, es necesaria la contratación de una secretaria, una recepcionista y un administrador, además de dos guías turísticos perfectamente capacitados en cuestiones culturales regionales, ablactados en idiomas extranjeros incluyendo el inglés, facilidad de buen trato y cortesía con sus semejantes. Otro personal indispensable es el chofer, se pretende contar con dos de ellos, diestros en el manejo de camiones, que cuenten con licencia de chofer, habilidades intermedias de mecánica, y con características de trato amable.

### 5.2. Aspectos técnicos

La experiencia Aguacatour comenzará con la recepción y reservación electrónica (pago incluido) del tour elegido por el cliente turista, el administrador deberá tener los dotes de mando para planear la recepción y la ruta de recolección de turistas en sus hoteles o sedes de hospedaje. En todo momento deberá estar disponible el camión de transporte, en perfectas condiciones mecánicas, así como en condiciones de limpieza aceptables, las cuales son responsabilidades directas del chofer. Tanto choferes como guías turísticos deberán estar disponibles para cualquier tour programado y calendarizado así como para los eventos que requieran su presencia.

La unidad de transporte que se planea adquirir es un Mercedes Benz modelo MBO 1219/52 año 2006 (ver anexo).

En cada uno de los huertos y empacadoras a visitar se deberá contar con cuartos de baño a la altura del gran turismo con una capacidad mínima de 4 sanitarios (ver anexo).

Específicamente para los sitios de empacadoras y procesadoras de aguacate, en donde es indispensable el ambiente inerte dentro del área de procesamiento, deberá existir un andador de estructura de acero perfectamente aislada del área de procesado por medio de laterales de cristal sellado, con el fin de que los visitantes puedan vivir la experiencia del procesamiento y empaquetado del aguacate sin alterar las condiciones ambientales de trabajo (ver anexo).

El guía deberá contar con la capacitación adecuada para dar a entender y transmitir la secuencia de producción/manufactura en el idioma adecuado para los escuchantes, así como del conocimiento necesario sobre el tema.

En cuanto a la alimentación para los turistas, en los puntos de visita en donde no se cuente con infraestructura restaurantera del sistema, se subcontratará un servicio de buffete de comida regional todo incluido, que deberán contener, tanto en el caso de restaurante establecido y para el servicio subcontratado, platillos especiales que involucren e incluyan aguacate.

Lo que concierne a las representaciones artísticas dancísticas quedarán a cargo de grupos locales especializados para dichos eventos, y deberán contar con reconocida trayectoria artística.

La primer ruta que se tiene planeada es la “Ruta 1: Uruapan”, la cual consiste de lo siguiente:



Salida: Morelia, Tingambato, Uruapan.

Regreso: Uruapan, Pátzcuaro, Morelia.

Tiempo Estimado: 10 horas.

RECORRIDO	ITINERARIO
<p>Horario, Tiempos de distancias:</p> <p>Salida del hotel: 8:00 a.m.</p> <p>Saliendo de la ciudad del Morelia, se toma la autopista a Pátzcuaro, una vez llegando a dicha población seguir por la carretera libre a Uruapan y aproximadamente a 20 minutos de Patzcuaro encontrará la población de Tingambato.</p> <p>Siguiendo por la carretera libre, aproximadamente a 25 minutos de Tingambato encontrará la ciudad de Uruapan.</p> <p>De regreso a Morelia si está hospedado en dicha ciudad, puede tomar de regreso el mismo trayecto o si lo prefiere puede tomar la autopista de cuota de Uruapan a Pátzcuaro, precio</p>	<p>En Tingambato, visita a las ruinas arqueológicas del lugar, rodeadas de huertos de Aguacate, como la del Sr. Ramiro Jiménez Saavedra, quien además de productor es presidente de la Asociación agrícola de Tziranio, así como la procesadora y empacadora Roquín, administrada por la Sra. María Guadalupe Alcazar, otro productor que abre las puertas de su huerta es el Sr. Sergio Herrera Hernández y el Sr. José Alfredo Hernández Gudiño.</p> <p>El centro de la población es una opción si gusta de conocer lugares pintorescos, donde encontrará una plaza típica y observar el quehacer diario de los lugareños.</p> <p>En Uruapan. Se ofrecerá alimentación a los usuarios en un reconocido restaurante de la ciudad, denominado</p>



<p>en total de casetas: \$100.00 M.N. Trayecto de Uruapan a Pátzcuaro por autopista 30 minutos. De Pátzcuaro a Morelia el trayecto es el mismo, tiempo aproximado de 30 a 40 minutos.</p>	<p>El Rincón de Aguililla en donde se les ofrecerán platillos típicos preparados o acompañados de aguacate así como sus especialidades como la sopa de lima, tortillas hechas a mano y bebidas típicas como la cebadina. Los lugares obligados a visitar por aquellos amantes de la naturaleza es el Parque Nacional, a 15 minutos del centro. La Huatapera ubicada en el centro, donde podrá ver una construcción típica del siglos XVI, y actividades artesanales de la región. La Tzaráracua, a 30 minutos del centro rumbo a la salida a Apatzingán, donde podrá admirar una impresionante caída de agua de aproximadamente 100 metros de alto. Cercano al lugar se encuentra la huerta del productor Abelardo Cabrera Ambrosio y de la Sra. María Blanca Nieves Lara Chávez, quien además cuenta con un laboratorio de experimentación de aguacate y tiene grado de la facultad de Agrobiología de la UNAM; en Uruapan se puede contar con el apoyo para fines de cultura regional y relacionados con el aguacate del M.C. José de la Luz Sánchez miembro del INIFAP.</p> <p>En Pátzcuaro podrá visitar una de sus plazas principales Vasco de Quiroga, la cual cuenta ahora con un bello diseño en iluminación, que si bien ya anda cayendo la noche vale la pena que se espere para que lo admire y pueda darse una vuelta por dicha plaza saboreando las nieves típicas del lugar , en la Neveria Pacanda en los portales encontrará deliciosos sabores a frutas, le recomendamos la nieve de Aguacate, seguro le gustará.</p> <p>Rumbo a Tacámbaro se encuentra la huerta del Sr. Javier Gallegos Gazcón y la empacadora Teztanzo propiedad del Sr. Javier Barriga Rojas.</p>
---	--

La segunda ruta que se tiene planeada es la “Ruta 2: Tacámbaro”, la cual consiste de lo siguiente:



Salida: Morelia, Pátzcuaro, Sta. Clara, Tacámbaro.

Regreso: Tacámbaro, Ario de Rosales, Pátzcuaro, Morelia.

Tiempo Estimado: 12 horas.

RECORRIDO	ITINERARIO
<p>Horario, Tiempos de distancias:</p> <p>Salida del hotel: 8:00 a.m.</p> <p>Saliendo de la ciudad del Morelia rumbo a Pátzcuaro podrá tomar la carretera libre a Santa Clara del Cobre, tiempo estimado 30 minutos.</p> <p>Siguiendo a un kilómetro del centro de Santa Clara rumbo a Pátzcuaro encontrará una desviación a lado derecho que indica el camino a Tacámbaro, se toma dicha dirección y en un tiempo de 30 a 40 minutos se llegará a tal población. En seguida se visita la ciudad de Ario de Rosales para terminar regresando por Tacámbaro-Pátzcuaro-Morelia.</p>	<p>En Santa Clara del Cobre: visitar al Museo del Cobre, ubicado a unos cuantos pasos de la plaza principal del lugar sobre la avenida central.</p> <p>No perder la oportunidad de conocer un taller artesanal, que existen cientos en el lugar, y admire la técnica de martillado de Cobre.</p> <p>Puede además visitar el campanario de la torre mayor de la iglesia principal, donde el célebre personaje de Pito Pérez, en sus muy conocidas borracheras tocaba con gran estruendo.</p> <p>En Tacámbaro Visita a la plaza central del lugar donde podrá respirar un total aire provinciano.</p> <p>Como curiosidad el trazo de la ciudad se realizó en medio de la línea de cambio climático de tierra caliente y tierra fría por ello la peculiaridad de que se podrá observar la coexistencia de ambos climas en el lugar.</p> <p>Para los devotos religiosos y que por cuestiones de economía y tiempo no puedan viajar hasta Jerusalén y conocer el Sto. Sepulcro; en la iglesia de la población, corriendo con un poco de suerte, podrán conocer la única replica existente en América de dicha reliquia y lugar de veneración del</p>

	<p>mundo cristiano.</p> <p>Aproximadamente a unos 20 minutos de la población podrá conocer un lugar de gran belleza natural llamada por lo lugareños la Alberca, donde se hacen cita los naturales del lugar los fines de semana. A unos cuantos minutos se encuentra un empresa procesadora denominada Agroproductos del Valle, S.A. de C.V. manejada por el ingeniero agrónomo Marco Antonio Martínez Beltrán, quien proveerá la visita guiada a dicha empresa, aledaña a ésta se encuentra la huerta Cupanda propiedad del Ing. Agrónomo Gregorio Gómez Chávez. Así mismo, está disponible la huerta y la empacadora de la empresa Hassui Mich Mex S.A. de C.V., administrada por el Sr. Javier Gaona Motealván. Un productor que por su excelencia destaca en su producción de la variedad Hass, es la empresa Hassvi, propiedad del mismo empresario.</p> <p>Llegando a Ario de Rosales se les ofrece la visita guiada en la huerta de aguacate y zarzamora más representativa de la localidad, propiedad del Sr. José Cacho Vega, directivo de la APEAM y del consejo coordinador empresarial, quien cuenta en su huerto con instalaciones adecuadas para la recepción de los paseantes y turistas así como una caballeriza debidamente dotada para el disfrute de los visitantes que soliciten un paseo a caballo. En dicho lugar será necesaria la utilización de la subcontratación del servicio de comida buffete y exhibición del grupo artístico de danzas típicas regionales.</p>
--	--

La tercer ruta que se tiene planeada es la “Ruta 3: Tancítaro”, la cual consiste de lo siguiente:



Salida: Morelia, Uruapan, San Juan Nvo., Tancítaro.

Regreso: Tancítaro, Uruapan, Morelia.

Tiempo Estimado: 10 horas.

RECORRIDO	ITINERARIO
<p>Horario, Tiempos de distancia : Salida del hotel: 8:00 a.m.</p> <p>Saliendo de la ciudad del Morelia, tomando la autopista a Uruapan y posteriormente la carretera rumbo a San Juan Nuevo.</p> <p>Siguiendo la carretera libre rumbo a Tancítaro, tomando sus provisiones por que en algunos trayectos, ya que le falta mantenimiento; tiempo de recorrido 30 a 40 minutos.</p> <p>De regreso si usted está hospedado en Uruapan simplemente siga el mismo trayecto de regreso tiempo estimado 1:20 minutos.</p>	<p>En San Juan Nuevo: Visita a la Comunidad de San Juan Nuevo, para conocer la administración y aprovechamiento sustentable de la madera.</p> <p>Así mismo, la visita obligada a la Iglesia del señor de los Milagros, motivo de peregrinaje de miles de fieles que lo visitan todos los años y ver a varios de ellos bailando acercándose a altar mayor, como muestra de veneración y agradecimiento por lo favores recibidos es algo de admirar. En esta población se cuenta con la visita guiada a la empacadora de aguacate San Lorenzo S.A. de C.V., así como la empacadora Rivas, siendo el gerente de producción el Ing. Rutilio Avarca Alvarado. En esta población, se encuentra una procesadora y certificadora de sanidad vegetal manejada por el Ing. Humberto Toral Uribe, técnico responsable de la junta local de sanidad vegetal. En esta misma localidad se encuentra establecida la empresa Agrifrut S.A. presidida por el Sr. Jorge A. Fernández.</p> <p>En Tancítaro; La plaza principal está llena de alegorias pintorescas del</p>

	<p>lugar.</p> <p>Cerca de la población se encuentran lugares de gran belleza así como de los ascensos a montañas el Cerro de Tancítaro, es todo un reto, pero sugerimos que lo realice en compañía de guías certificados del lugar. Existe un productor particular que posee un extenso huerto y que es factible su visita, dirigido por el Ing. Agrónomo José Federico Quezada Villaseñor así como la empresa Mevi Frutas Finas, dirigida por el fruticultor Javier Medina Villanueva. También está disponible para visita la huerta Santa Teresa, dirigida por el productor Edgar Ernesto Ceballos Gámez. Aledaña a la comunidad de Tancítaro se encuentra el Parque Nacional Pico de Tancítaro, con infraestructura adecuada para recibir a los paseantes y turistas, en donde se ofrecerá el servicio de comida buffete regional, acompañada de un evento dancístico a cargo de la comunidad indígena de San Juan Nuevo Parangaricutiro, así mismo, se ofrecerá la experiencia ecoturística que consta de hospedaje en trojes debidamente equipadas en ésta localidad.</p>
--	--

Recomendaciones para los usuarios:

- Desayuno previo al abordaje del tour (no se ofrece refrigerio)
- Llevar ropa y zapatos cómodos
- Llevar ropa abrigadora

### 5.3. Inversiones, presupuesto y financiamiento

El aspecto económico y financiero del proyecto de inversión de Aguacatur se calcula utilizando el software “Modelo Económico 11” y la bibliografía de Modelos de Plan de Negocios; para la micro y pequeña empresa, de la autoría del Dr. Oscar Hugo Pedraza Rendón.

En este software se calculan los modelos económicos y financieros del proyecto, describiendo su comportamiento proyectado a cinco años en cuanto a financiamiento,

presupuestos de ingresos, costos y gastos, además de los estados financieros, el cálculo de rentabilidad y un análisis de sensibilidad de los factores que más influencia tienen. También muestra la liquidación al término del ciclo que en nuestro caso es de cinco años como antes se mencionó.

### 5.3.1. Análisis financiero y montos de inversión

Modelo de Plan de Negocios para la micro y pequeña empresa

#### Aspectos económicos y financieros del negocio

##### Determinación de la inversión necesaria y cronograma de aplicaciones.

Tipo de inversión	Año	0	1	2	3	4	5	Liquidación
Fija		\$ 3,180,000	\$ -	\$ -	\$ 50,000	\$ 3,000,000	\$ 3,050,000	-\$ 3,333
Terrenos								\$ -
Construcciones								\$ -
Compra de edificios								\$ -
Maquinaria y equipos								\$ -
Subestación eléctrica								\$ -
Mobiliario y eq. de oficina		\$ 100,000						\$ 50,000
Sistemas de cómputo		\$ 80,000			\$ 50,000		\$ 50,000	-\$ 53,333
Transporte área administr								\$ -
Transporte área producción								\$ -
Otros equipos								\$ -
Otras instalaciones								\$ -
Adquisiciones varias								
Infraestructura (instalación de tours temáticos) en huertos y empacadora		\$ 3,000,000				\$ 3,000,000	\$ 3,000,000	
Diferida		\$ 10,482,000	\$ 11,007,000	\$ 12,227,000	\$ 16,540,333	\$ 23,540,333	\$ 30,207,000	
Gastos de organización y sueldos y salarios		\$ 1,260,000	\$ 1,260,000	\$ 1,260,000	\$ 1,260,000	\$ 1,260,000	\$ 1,260,000	
Contratos varios (luz, teléfono, renta, ISP)		\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	
Permisos varios (licencias)		\$ 15,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	
Capacitación		\$ 750,000	\$ 750,000	\$ 750,000	\$ 750,000	\$ 750,000	\$ 750,000	
Pruebas y arranque operat		\$ 15,000						
Renta de autobus (es)			\$ 800,000	\$ 2,000,000	\$ 6,333,333	\$ 13,333,333	\$ 20,000,000	
Instalación de maquinarias								
Manuales y operatividad		\$ 230,000						
Estudios y proyectos		\$ 20,000		\$ 20,000				
Patentes		\$ 2,800,000	\$ 2,800,000	\$ 2,800,000	\$ 2,800,000	\$ 2,800,000	\$ 2,800,000	
Gastos operativos para afiliación		\$ 120,000	\$ 120,000	\$ 120,000	\$ 120,000	\$ 120,000	\$ 120,000	
Publicidad preoperativa		\$ 4,572,000						
Gastos de representación		\$ 400,000	\$ 400,000	\$ 400,000	\$ 400,000	\$ 400,000	\$ 400,000	
Publicidad y gastos operativos			\$ 4,572,000	\$ 4,572,000	\$ 4,572,000	\$ 4,572,000	\$ 4,572,000	
Circulante								
Capital de trabajo			\$ 1,491,088					
Suma		\$ 13,662,000	\$ 12,498,088	\$ 12,227,000	\$ 16,590,333	\$ 26,540,333	\$ 33,257,000	
INVERSIÓN TOTAL		\$ 114,774,754						

##### NOTAS:

1. En la columna de liquidación se anota el valor que se considera que tiene la inversión al inicio del año 6 (sólo para efectos de evaluación del proyecto)
2. En el capital de trabajo no es necesario anotar cantidades, su cálculo es posterior
3. El año cero se considera que es el que corresponde a la instalación del negocio ó bien el tiempo en el que inician las inversiones.

## Modelo de Plan de Negocios para la micro y pequeña empresa

### Estructura del financiamiento requerido para iniciar operaciones

Fuente de financiamiento	Tipo de inversión			
	Fija	Diferida	Capital Trabajo	Inversión Total
<b>Socios</b>				\$ -
Bancos				\$ -
Crédito Refaccionario				\$ -
Crédito de Avío				\$ -
Gobierno Federal	\$ 549,500	\$ 2,297,504		\$ 2,847,004
Gobierno Estatal	\$ 549,500	\$ 1,236,876		\$ 1,786,376
Municipios (8)		\$ 2,000,000		\$ 2,000,000
Sector Turístico	\$ 650,000	\$ 650,000		\$ 1,300,000
Sector Aguacatero	\$ 1,431,000	\$ 4,297,620	\$ 1,491,088	\$ 7,219,708
	\$ 3,180,000	\$ 10,482,000	\$ 1,491,088	\$ 15,153,088
<b>Inversión Total</b>	\$ 3,180,000	\$ 10,482,000	\$ 1,491,088	\$ 15,153,088

Cálculo de los pagos del préstamo Refaccionario y sus intereses

Año	Préstamo/saldo	Intereses	Abono a crédito	Pago a banco
0	\$ -			
1	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
3	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Crédito Refaccionario	\$ -
Tasa de Interés crediticia	\$ 0.10
Periodo de pago de crédito	5
Pago anual al Banco	\$ -

Crédito de Avío	\$ -	Intereses
Tasa de Interés crediticia	\$ 0.18	\$ -

Cálculo del préstamo del gobierno federal

Marque UNO si es préstamo y CERO si es aportación

0

Año	Préstamo del gob	Intereses	Abono al prest	Pago a gobierno
0	\$ -			
1	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
3	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Préstamo de gobierno	\$ 2,847,004
Tasa de Interés	\$ 0.05
Periodo de pago del préstamo	5
Pago anual al gobierno	\$ 569,401



**Elaboración de los presupuestos de ingresos, costos y gastos**

**Presupuesto de ingresos del negocio.**

Año	Productos	Unidades/año	Precio unitario	Ingresos/año
1	Tour 1 (turistas) Uruapan	6000	\$ 750.00	\$ 4,500,000
	Spot Video	372	\$ 215.00	\$ 79,980
	Publ. Web / Impresa	55	\$ 1,100.00	\$ 60,500
	Souvenirs	6000	\$ 35.00	\$ 210,000
	OTROS INGRESOS DEL NEGOCIO			\$ -
	Total de ingresos			\$ 4,850,480
2	Tour 1 (turistas) Uruapan	15000	\$ 750.00	\$ 11,250,000
				\$ -
	Spot Video	372	\$ 215.00	\$ 79,980
	Publ. Web / Impresa	55	\$ 1,100.00	\$ 60,500
	Souvenirs	15000	\$ 35.00	\$ 525,000
	OTROS INGRESOS DEL NEGOCIO			\$ -
	Total de ingresos			\$ 11,915,480
3	Tour 1 (turistas) Uruapan	47500	\$ 750.00	\$ 35,625,000
				\$ -
	Spot Video	372	\$ 215.00	\$ 79,980
	Publ. Web / Impresa	55	\$ 1,100.00	\$ 60,500
	Souvenirs	47500	\$ 35.00	\$ 1,662,500
	OTROS INGRESOS DEL NEGOCIO			\$ -
	Total de ingresos			\$ 37,427,980
4	Tour 1 (turistas) Uruapan	80000	\$ 750.00	\$ 60,000,000
	Tour 2 (turistas) Tacamba	20000	\$ 750.00	\$ 15,000,000
				\$ -
	Spot Video	372	\$ 215.00	\$ 79,980
	Publ. Web / Impresa	55	\$ 1,100.00	\$ 60,500
	Souvenirs	100000	\$ 35.00	\$ 3,500,000
	OTROS INGRESOS DEL NEGOCIO			\$ -
Total de ingresos			\$ 78,640,480	
5	Tour 1 (turistas) Uruapan	80000	\$ 750.00	\$ 60,000,000
	Tour 2 (turistas) Tacamba	50000	\$ 750.00	\$ 37,500,000
	Tour 3 (turistas) Tancitaro	20000	\$ 750.00	\$ 15,000,000
	Spot Video	372	\$ 215.00	\$ 79,980
	Publ. Web / Impresa	55	\$ 1,100.00	\$ 60,500
	Souvenirs	150000	\$ 35.00	\$ 5,250,000
	OTROS INGRESOS DEL NEGOCIO			\$ -
	Total de ingresos			\$ 117,890,480

Descripción del rubro o servicio	Unidad de medida	Número de eventos	Costo unitario	Costo anual
Refacciones de maquinarias				\$ -
Refacciones del transporte	jgo. Llantas	1	\$ 14,870	\$ 14,870
Mantenimiento prev. Maquinarias				\$ -
Mantenimiento correctivo a maq.				\$ -
Mantenimiento prev a transporte	mtto.	2	\$ 10,000	\$ 20,000
Mantenimiento correctivo a transp	evento	1	\$ 15,000	\$ 15,000
Otros servicios				\$ -
<b>Total</b>				<b>\$ 49,870</b>

#### Presupuestos de otros requerimientos

Descripción del rubro o servicio	Unidad de medida	Número de eventos	Costo unitario	Costo anual
Energía eléctrica	Kw-hr			\$ -
Agua para el proceso de produccc	M3			\$ -
Gasolina	Litro	11904	\$ 8.0	\$ 95,232
Diesel	Litro			\$ -
Gas	Kilo			\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
<b>Total</b>				<b>\$ 95,232</b>

#### Cálculo de las depreciaciones y amortizaciones

Tipo de inversión	Valor de adquisición	Condición de la inversión	Vida útil o per de rec	Valor de salvamento	Depreciación anual
depreciaciones					\$ -
Construcción	\$ -	0	33	\$ -	\$ -
Compra de ed	\$ -	0	33	\$ -	\$ -
Maquinarias y	\$ -	0	10	\$ -	\$ -
Subestación e	\$ -	0	10	\$ -	\$ -
Transportes p	\$ -	0	4	\$ -	\$ -
Otros equipos	\$ -	0	10	\$ -	\$ -
Otras instalad	\$ -	0	10	\$ -	\$ -
Adquisiciones	\$ 2,400,000	0	10	\$ 120,000	\$ -
amortizaciones					\$ 49,750
Capacitación	\$ 750,000		20	37500	\$ 37,500
Pruebas y arr	\$ 15,000		20	750	\$ 750
Fletes de ma	\$ -		20	0	\$ -
Instalación de	\$ -		20	0	\$ -
Trámites adu	\$ 230,000		20	11500	\$ 11,500
Otros gastos	\$ -		20	0	\$ -
<b>Total de depreciaciones y amortizaciones.</b>					<b>\$ 49,750</b>

**Presupuesto de gastos de administración y ventas**

**Pago de sueldos de administración y ventas**

Nombre del puesto	Número de trabajadores	Pago mensual	Pago anual	Prestaciones	Total anual
Directivos	1	\$ 35,000	\$ 420,000	\$ -	\$ 420,000
Garente Operativo	1	\$ 30,000	\$ 360,000	\$ -	\$ 360,000
Gerente Operativo	1	\$ 30,000	\$ 360,000	\$ -	\$ 360,000
Personal de Apoyo	2	\$ 5,000	\$ 120,000	\$ -	\$ 120,000
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>\$ 105,000</b>	<b>\$ 1,260,000</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 1,260,000</b>

**Gastos generales de la administración**

Descripción del gasto administrativo	Unidad de medida	Costo por unidad	Cantidad requerida	Costo por año
Energía eléctrica	Recibo	\$ 2,000.0	6	\$ 12,000
Telefono	Recibo	\$ 5,000.0	12	\$ 60,000
Internet	servicio mensual	\$ 1,000.0	12	\$ 12,000
Renta	Mes	\$ 15,000.0	12	\$ 180,000
Papeleria	Mes	\$ 1,000.0	12	\$ 12,000
Gastos varios	Mes	\$ 2,000.0	12	\$ 24,000
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
<b>Total</b>				<b>\$ 300,000</b>

## Publicidad y gastos operativos

Descripción del gasto de venta	Unidad de medida	Costo por unidad	Cantidad requerida	Costo por año
Reconocimientos, eventos y conciertos	Mensual	\$ 20,000.0	11	\$ 220,000
Posters, Cartelones y Certificados	Mensual	\$ 20,000.0	14	\$ 280,000
Tripticos	Mensual	\$ 20,000.0	12	\$ 240,000
Espectaculares	Mensual	\$ 139,333.3	12	\$ 1,672,000
Difusion de eventos y programas	Mensual	\$ 30,000.0	12	\$ 360,000
Guia Turistica impresa	Mensual	\$ 100,000.0	12	\$ 1,200,000
Ruta Gastronomica impresa	Mensual	\$ 50,000.0	12	\$ 600,000
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
<b>Total</b>				<b>\$ 4,572,000</b>

## Depreciaciones y amortizaciones

Tipo de inversión	Valor de adquisición	Condición de la inversión	Vida útil	Valor de salvamento	Depreciación anual
<b>Depreciaciones</b>					<b>\$ 34,833</b>
Construcciones	\$ -	1	33	\$ -	\$ -
Compra de edificios	\$ -	1	33	\$ -	\$ -
Mobiliario y equipo de oficina	\$ 100,000	1	10	\$ 5,000	\$ 9,500
Sistemas de cómputo	\$ 80,000	1	3	\$ 4,000	\$ 25,333
Transporte de área administrativa	\$ -	1	4	\$ -	\$ -
inversiones Agua para el pro	\$ -	1	10	\$ -	\$ -
<b>Amortizaciones</b>			<b>Periodo de recuperación</b>		<b>0</b>
Gastos de organización	\$ 1,260,000		20	63000	0
Contratos varios	\$ 300,000		20	15000	0
Permisos varios	\$ 15,000		20	750	0
Estudios y proyectos	\$ 20,000		20	1000	0
Patentes	\$ 2,800,000		20	140000	0
Franquicias	\$ 120,000		20	6000	0
Intereses preoperativos	\$ 4,572,000		20	228600	0
Publicidad preoperativa	\$ 400,000		20	20000	0
<b>Total de depreciaciones y amortizaciones</b>					<b>\$ 34,833</b>

## Determinación del capital de trabajo

Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Descripción	Atención: es muy importante atender la nota nº 1 que está al pie del cuadro											
<b>ATENDER LA NOTA # 1</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
% de ventas al mes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 0.50	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 0.50	\$ 0.20	\$ -	\$ 1.00
Ingresos	0	0	0	404,207	404,207	202,103	404,207	404,207	202,103	80,841	0	404,207
Costos de producción	0	0	0	12,092	12,092	6,046	12,092	12,092	6,046	2,418	0	12,092
Materias primas y materiales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Material de empaque y embal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mano de obra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Refacciones y mantenimiento	0	0	0	4,156	4,156	2,078	4,156	4,156	2,078	831	0	4,156
Otros requerimientos	0	0	0	7,936	7,936	3,968	7,936	7,936	3,968	1,587	0	7,936
Gastos de administración	130,000	130,000	130,000	511,000	511,000	320,500	511,000	511,000	320,500	206,200	130,000	511,000
Sueldos	105,000	105,000	105,000	105,000	105,000	105,000	105,000	105,000	105,000	105,000	105,000	105,000
Gastos generales	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000
Gastos de ventas	0	0	0	381,000	381,000	190,500	381,000	381,000	190,500	76,200	0	381,000
Caja chica												
<b>Total de costos y gastos</b>	<b>130,000</b>	<b>130,000</b>	<b>130,000</b>	<b>523,092</b>	<b>523,092</b>	<b>326,546</b>	<b>523,092</b>	<b>523,092</b>	<b>326,546</b>	<b>208,618</b>	<b>130,000</b>	<b>523,092</b>
<b>Saldo</b>	<b>-130,000</b>	<b>-130,000</b>	<b>-130,000</b>	<b>-118,885</b>	<b>-118,885</b>	<b>-124,443</b>	<b>-118,885</b>	<b>-118,885</b>	<b>-124,443</b>	<b>-127,777</b>	<b>-130,000</b>	<b>-118,885</b>
<b>Flujo acumulado</b>	<b>-130,000</b>	<b>-260,000</b>	<b>-390,000</b>	<b>-508,885</b>	<b>-627,770</b>	<b>-752,213</b>	<b>-871,098</b>	<b>-989,983</b>	<b>-1,114,426</b>	<b>-1,242,203</b>	<b>-1,372,203</b>	<b>-1,491,088</b>

El capital de trabajo es igual a la mayor cantidad negativa que aparece en el flujo acumulado.

**-1,491,088**

### Estado de Resultados o de Pérdidas y Ganancias.

Año	1	2	3	4	5
Descripción					
<b>Ingresos</b>	\$ 4,850,480	\$ 11,915,480	\$ 37,427,980	\$ 78,640,480	\$ 117,890,480
<b>Costos de producción</b>	\$ 194,852	\$ 194,852	\$ 194,852	\$ 194,852	\$ 194,852
Materias primas y materiales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Material de empaque	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mano de obra	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Refacciones y mantenimiento	\$ 49,870	\$ 49,870	\$ 49,870	\$ 49,870	\$ 49,870
Otros requerimientos	\$ 95,232	\$ 95,232	\$ 95,232	\$ 95,232	\$ 95,232
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 49,750	\$ 49,750	\$ 49,750	\$ 49,750	\$ 49,750
<b>Utilidad de operación</b>	\$ 4,655,628	\$ 11,720,628	\$ 37,233,128	\$ 78,445,628	\$ 117,695,628
<b>Gastos de administración</b>	\$ 6,166,833	\$ 6,166,833	\$ 6,166,833	\$ 6,166,833	\$ 6,166,833
Sueldos	\$ 1,260,000	\$ 1,260,000	\$ 1,260,000	\$ 1,260,000	\$ 1,260,000
Gastos generales	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000
Gastos de ventas	\$ 4,572,000	\$ 4,572,000	\$ 4,572,000	\$ 4,572,000	\$ 4,572,000
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 34,833	\$ 34,833	\$ 34,833	\$ 34,833	\$ 34,833
Gastos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	-\$ 1,511,205	\$ 5,553,795	\$ 31,066,295	\$ 72,278,795	\$ 111,528,795
Impuesto sobre la Renta	-\$ 438,249	\$ 1,610,601	\$ 9,009,226	\$ 20,960,851	\$ 32,343,351
Reparto de utilidades a trab. (10 %)	-\$ 151,120	\$ 555,380	\$ 3,106,630	\$ 7,227,880	\$ 11,152,880
<b>UTILIDAD NETA</b>	-\$ 921,835	\$ 3,387,815	\$ 18,950,440	\$ 44,090,065	\$ 68,032,565

NOTAS: 1. Los gastos financieros del primer año incluyen los intereses de los créditos de avío y refaccionario

2. Indique el porcentaje del Impuesto sobre la Renta en la siguiente celda

\$ 0.29

### Cuadro Auxiliar para calcular el valor de "liquidación" de la empresa al inicio del 6º año

Tipo de inversión	Valor de adquisición	Vida útil	Número de años deprec.	Liquidación
Terrenos	\$ -	X	X	\$ -
Construcciones	\$ -	33	5	\$ -
Compra de edificios	\$ -	33	5	\$ -
Maquinaria y equipos	\$ -	10	5	\$ -
Subestación eléctrica	\$ -	10	5	\$ -
Mobiliario y equipo de oficina	\$ 100,000	10	5	\$ 50,000
Sistemas de cómputo	\$ 80,000	3	5	-\$ 53,333
Transporte área administrativa	\$ -	4	4	\$ -
Transporte área producción	\$ -	4	4	\$ -
Otros equipos	\$ -	10	5	\$ -
Otras instalaciones	\$ -	10	5	\$ -
<b>Total</b>	\$ 180,000			-\$ 3,333

NOTA: Este cuadro auxiliar se utilizará para calcular la Tasa de Rentabilidad.

**Estado de Origen y Aplicación de los Recursos o de Fuentes y Usos**

Descripción	Año	0	1	2	3	4	5	Liquidación
<b>FUENTES</b>		\$ 10,362,000	\$ 653,836	\$ 3,472,398	\$ 19,035,023	\$ 44,174,648	\$ 68,117,148	-\$ 3,333
Socios		\$ -	\$ -					-\$ 3,333
Bancos								
Crédito Refaccionario		\$ -						
Crédito de Avío	x	\$ -						
Gobierno Federal		\$ 2,847,004	\$ -					
Gobierno Estatal		\$ 1,786,376	\$ -					
Otros Socios		\$ 5,728,620	\$ 1,491,088					
Utilidad Neta	x	-\$ 921,835	\$ 3,387,815	\$ 18,950,440	\$ 44,090,065	\$ 68,032,565		
Depreciaciones y amortizaciones	x	\$ 84,583	\$ 84,583	\$ 84,583	\$ 84,583	\$ 84,583	\$ 84,583	
Reinversión del año anterior	x	x	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
<b>USOS</b>		\$ 13,662,000	\$ 11,007,000	\$ 12,227,000	\$ 16,590,333	\$ 26,540,333	\$ 33,257,000	
Inversión Fija		\$ 3,180,000	\$ -	\$ -	\$ 50,000	\$ 3,000,000	\$ 3,050,000	
Inversión Diferida		\$ 10,482,000	\$ 11,007,000	\$ 12,227,000	\$ 16,540,333	\$ 23,540,333	\$ 30,207,000	
Pago de crédito Refaccionario		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Pago a préstamo de gobierno		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Pago de crédito de avío		\$ -	\$ -					
Retorno de inv. Circul. a socios		\$ -	\$ -					
<b>SALDO</b>		-\$ 3,300,000	-\$ 10,353,164	-\$ 8,754,602	\$ 2,444,690	\$ 17,634,315	\$ 34,860,148	-\$ 3,333
Reinversión del próximo año	x							
Reserva legal	x	-\$ 46,092	\$ 169,391	\$ 947,522	\$ 2,204,503	\$ 3,401,628		
<b>DIVIDENDO A SOCIOS</b>			-\$ 10,307,072	-\$ 8,923,992	\$ 1,497,168	\$ 15,429,812	\$ 31,458,520	-\$ 3,333

NOTA: 1. La reinversión del próximo año, se considera el capital de trabajo del año siguiente.

### Cálculo del Punto de Equilibrio

#### Año 3

Tipo de costo	Costos fijos	Costos Variables	TOTAL
<b>Ingresos por ventas</b>			\$ 37,427,980
<b>Costos de producción</b>			
Materias Primas		\$ -	\$ -
Material de empaque		\$ -	\$ -
Mano de obra		\$ -	\$ -
Refacciones y mantenim.		\$ 49,870	\$ 49,870
Otros requerimientos		\$ 95,232	\$ 95,232
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 49,750		\$ 49,750
<b>Gastos de administración</b>			\$ -
Sueldos	\$ 1,260,000		\$ 1,260,000
Gastos generales	\$ 300,000		\$ 300,000
Gastos de ventas		\$ 4,572,000	\$ 4,572,000
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 34,833		\$ 34,833
Gastos financieros	\$ -		\$ -
Pago del préstamo de gobierno	\$ -		
Pago del crédito bancario	\$ -		\$ -
<b>Total</b>	\$ 1,644,583	\$ 4,717,102	\$ 6,361,685
<b>Punto de Equilibrio =</b>	En Ventas	\$ 1,881,742	
	En Porcentaje	\$ 0.05	

### Flujos Netos de Efectivo y Tasa de Rentabilidad Financiera

Año	Inversión	Utilidad neta	Deprec y amort	Pago de créd	F. N.E
0	-\$ 13,662,000				-\$ 13,662,000
1		-\$ 921,835	\$ 84,583		-837251.676
2		\$ 3,387,815	\$ 84,583	0	3472398.324
3		\$ 18,950,440	\$ 84,583	0	19035023.32
4		\$ 44,090,065	\$ 84,583	0	44174648.32
5		\$ 68,032,565	\$ 84,583	0	68117148.32
6	-\$ 3,333				-3333.333333

**TASA DE RENTABILIDAD FINANCIERA (T.I.R) =** 73%

**VALOR ACTUAL NETO (VAN) =** \$68,375,722.75

Tasa de descuento requerida para calcular el Valor Actual Neto = \$ 0.10



## Sensibilidad del Estado de Resultados o de Pérdidas y Ganancias.

Año	1	2	3	4	5
Descripción					
<b>Ingresos</b>	\$ 4,850,480	\$ 11,915,480	\$ 37,427,980	\$ 78,640,480	\$ 117,890,480
<b>Costos de producción</b>	\$ 194,852	\$ 194,852	\$ 194,852	\$ 194,852	\$ 194,852
Materias primas y materiales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Material de empaque	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mano de obra	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Refacciones y mantenimiento	\$ 49,870	\$ 49,870	\$ 49,870	\$ 49,870	\$ 49,870
Otros requerimientos	\$ 95,232	\$ 95,232	\$ 95,232	\$ 95,232	\$ 95,232
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 49,750	\$ 49,750	\$ 49,750	\$ 49,750	\$ 49,750
<b>Utilidad de operación</b>	\$ 4,655,628	\$ 11,720,628	\$ 37,233,128	\$ 78,445,628	\$ 117,695,628
<b>Gastos de administración</b>	\$ 6,166,833	\$ 6,166,833	\$ 6,166,833	\$ 6,166,833	\$ 6,166,833
Sueldos	\$ 1,260,000	\$ 1,260,000	\$ 1,260,000	\$ 1,260,000	\$ 1,260,000
Gastos generales	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000
Gastos de ventas	\$ 4,572,000	\$ 4,572,000	\$ 4,572,000	\$ 4,572,000	\$ 4,572,000
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 34,833	\$ 34,833	\$ 34,833	\$ 34,833	\$ 34,833
Gastos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	-\$ 1,511,205	\$ 5,553,795	\$ 31,066,295	\$ 72,278,795	\$ 111,528,795
Impuesto sobre la Renta	-\$ 438,249	\$ 1,610,601	\$ 9,009,226	\$ 20,960,851	\$ 32,343,351
Reparto de utilidades a trab. (10 %)	-\$ 151,120	\$ 555,380	\$ 3,106,630	\$ 7,227,880	\$ 11,152,880
<b>UTILIDAD NETA</b>	-\$ 921,835	\$ 3,387,815	\$ 18,950,440	\$ 44,090,065	\$ 68,032,565

NOTAS: 1. Los gastos financieros del primer año incluyen los intereses de los créditos de avío y refaccionario

2. Indique el porcentaje del Impuesto sobre la Renta en la siguiente celda

\$ 0.29

## Sensibilidad del Punto de Equilibrio para el año 3

Tipo de costo	Costos fijos	Costos Variables	TOTAL
<b>Ingresos por ventas</b>			\$ 37,427,980
<b>Costos de producción</b>			
Materias Primas		\$ -	\$ -
Material de empaque		\$ -	\$ -
Mano de obra		\$ -	\$ -
Refacciones y mantenimiento		\$ 49,870	\$ 49,870
Otros requerimientos		\$ 95,232	\$ 95,232
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 49,750		\$ 49,750
<b>Gastos de administración</b>			\$ -
Sueldos	\$ 1,260,000		\$ 1,260,000
Gastos generales	\$ 300,000		\$ 300,000
Gastos de ventas		\$ 4,572,000	\$ 4,572,000
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 34,833		\$ 34,833
Gastos financieros	\$ -		\$ -
Pago del préstamo de gobierno	\$ -		
Pago del crédito	\$ -		\$ -
<b>Total</b>	\$ 1,644,583	\$ 4,717,102	\$ 6,361,685

Punto de Equilibrio =	En Ventas	\$ 1,881,742
	En Porcentaje	\$ 0.05

**Sensibilidad de los flujos de fondos anuales**

Descripción	Año	0	1	2	3	4	5	Liquidación
<b>FUENTES</b>		\$ 10,362,000	\$ 653,836	\$ 4,963,486	\$ 20,526,111	\$ 45,665,736	\$ 69,608,236	-\$ 3,333
Socios		\$ -	\$ -					-\$ 3,333
Bancos								
Crédito Refaccionario		\$ -						
Crédito de Avío		x	\$ -					
Gobierno Federal		\$ 2,847,004	\$ -					
Gobierno Estatal		\$ 1,786,376	\$ -					
Otros Socios		\$ 5,728,620	\$ 1,491,088					
Utilidad Neta		x	-\$ 921,835	\$ 3,387,815	\$ 18,950,440	\$ 44,090,065	\$ 68,032,565	
Depreciaciones y amortizaciones		x	\$ 84,583	\$ 84,583	\$ 84,583	\$ 84,583	\$ 84,583	
Reinversión del año anterior		x	x	\$ 1,491,088	\$ 1,491,088	\$ 1,491,088	\$ 1,491,088	
<b>USOS</b>		\$ 13,662,000	\$ 11,007,000	\$ 12,227,000	\$ 16,590,333	\$ 26,540,333	\$ 33,257,000	
Inversión Fija		\$ 3,180,000	\$ -	\$ -	\$ 50,000	\$ 3,000,000	\$ 3,050,000	
Inversión Diferida		\$ 10,482,000	\$ 11,007,000	\$ 12,227,000	\$ 16,540,333	\$ 23,540,333	\$ 30,207,000	
Pago de crédito Refaccionario			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Pago del préstamo de gobierno			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Pago de crédito de avío			\$ -					
Retorno de inv. Circul. a socios			\$ -					
<b>SALDO</b>		-\$ 3,300,000	-\$ 10,353,164	-\$ 7,263,514	\$ 3,935,778	\$ 19,125,403	\$ 36,351,236	-\$ 3,333
Reinversión del próximo año		x	\$ 1,491,088	\$ 1,491,088	\$ 1,491,088	\$ 1,491,088		
Reserva legal		x	-\$ 46,092	\$ 169,391	\$ 947,522	\$ 2,204,503	\$ 3,401,628	
<b>DIVIDENDO A SOCIOS</b>			-\$ 11,798,160	-\$ 8,923,992	\$ 1,497,168	\$ 15,429,812	\$ 32,949,608	-\$ 3,333

**Sensibilidad de Flujos Netos de Efectivo y Tasa de Rentabilidad Financiera**

Año	Inversión	Utilidad neta	Deprec y amort	Pago de créd	F. N.E
0	-\$ 13,662,000				-\$ 13,662,000
1		-\$ 921,835	\$ 84,583	\$ -	-\$ 837,252
2		\$ 3,387,815	\$ 84,583	\$ -	\$ 3,472,398
3		\$ 18,950,440	\$ 84,583	\$ -	\$ 19,035,023
4		\$ 44,090,065	\$ 84,583	\$ -	\$ 44,174,648
5		\$ 68,032,565	\$ 84,583	\$ -	\$ 68,117,148
6	-\$ 3,333				-\$ 3,333

Tasa de Rentabilidad Financiera (T.I.R) =

**73%**

VALOR ACTUAL NETO (VAN) =

**\$68,375,722.75**

Tasa de descuento requerida para calcular el Valor Actual Neto =

**\$ 0.10**

5.4. Resultados obtenidos

**Inversión Necesaria:** La inversión necesaria para el proyecto Aguacatur es \$15,153,088 de la cual el 17.8% corresponde a la inversión fija, 46.3% a la inversión diferida y 35.9% a capital de trabajo que será ejercido en el primer año de operaciones.

En esta inversión no se considera el costo del camión de transporte que se usará para los tours debido a que éste será adquirido y donado al proyecto por la Asociación de Productores y Exportadores de Aguacate de Michoacán (APEAM), así como la subsecuente construcción de cuartos de baño y andadores ya mencionados en el proyecto (ver anexos).

**Financiamiento:** El proyecto Aguacatur dado las diferentes aportaciones no resulta necesario recurrir a otras fuentes de financiamiento.

**Presupuesto de ingresos:** Nuestros principales servicios se concentran en tres diferentes tours, además del servicio de Spot Video, publicidad impresa y en Web así como aportaciones que realiza las diferentes asociaciones directamente a Aguacatur, que asciende en el primer año a \$4,850,480 siendo éste superado por los egresos totales lo cual genera una pérdida en el primer año, sin embargo al quinto año logramos obtener una utilidad neta de \$68,032,565

**Determinación del capital de trabajo:** Los resultados de saldos acumulados durante el primer año de operación demuestran que a partir del segundo año se empezarán a obtener ganancias.

**Estado de Resultados:** Nos indica que a partir del segundo año la empresa Aguacatur empezara a obtener utilidades netas como se indica a continuación:

- Año 2 \$3,387,815
- Año 3 \$18,950,440
- Año 4 \$44,090,065
- Año 5 \$68,032,565

**Punto de Equilibrio:** El cálculo arroja que la empresa debe trabajar en un 49% de su capacidad instalada para llegar al punto de equilibrio lo cual indica que las ventas que se deben lograr para no permitir pérdidas son de \$1,881,742.

**Tasa de Rentabilidad Financiera:** Esta tasa es de gran importancia dado que define la puesta en marcha del proyecto de acuerdo a los intereses de los socios, el cálculo indica que por cada peso invertido se obtendrán 73 centavos redituables. Con base a estos resultados se sugiere que el proyecto sea ACEPTADO.

**Aspectos Generales:** Es importante mencionar que los ingresos pronosticado pueden ser mayores porque tanto los gobiernos municipales y estatal están dando auge a la explotación de las zonas turísticas de Michoacán para captar más visitantes.