



Ciudad Obregón, Sonora, a 29 de Noviembre de 2012.

Instituto Tecnológico de Sonora
P r e s e n t e.

El que suscribe José Enrique Mendoza Almada, por medio del presente manifiesto bajo protesta de decir verdad, que soy autor y titular de los derechos de propiedad intelectual tanto morales como patrimoniales, sobre la obra titulada "Proyecto turístico Dique 10", en lo sucesivo "LA OBRA", misma que constituye el trabajo de tesis que desarrolle para obtener el grado de Licenciada en Administración de Empresas Turísticas en ésta casa de estudios, y en tal carácter autorizo al Instituto Tecnológico de Sonora, en adelante "EL INSTITUTO", para que efectúe la divulgación, publicación, comunicación pública, distribución y reproducción, así como la digitalización de la misma, con fines académicos o propios del objeto del Instituto, es decir, sin fines de lucro, por lo que la presente autorización la extiendo de forma gratuita.

Para efectos de lo anterior, EL INSTITUTO deberá reconocer en todo momento mi autoría y otorgarme el crédito correspondiente en todas las actividades mencionadas anteriormente de LA OBRA.

De igual forma, libero de toda responsabilidad a EL INSTITUTO por cualquier demanda o reclamación que se llegase a formular por cualquier persona, física o moral, que se considere con derechos sobre los resultados derivados de la presente autorización, o por cualquier violación a los derechos de autor y propiedad intelectual que cometa el suscrito frente a terceros con motivo de la presente autorización y del contenido mismo de la obra.

José Enrique Mendoza
José Enrique Mendoza Almada





INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA
Educar para Trascender

“Proyecto de turismo alternativo Dique 10”

Presenta:

José Enrique Mendoza Almada

Ciudad Obregón, Sonora; Diciembre 2012

Dedicatorias

A mis padres Martin Mendoza y Luz Elena Almada por haberme brindado el apoyo necesario.

A los maestros y alumnos de mi carrera por haber compartido conocimientos.

A mi asesora de tesis por el tiempo dedicado a la investigación.

Agradecimientos

Se agradece principalmente a universidad ITSON por haber impartido la educación sobre la carrera Lic. En Administración De Empresas Turísticas en donde se desarrollaron todos los conocimientos que conforman esta licenciatura con el objetivo de tener éxito profesionalmente.

A mi asesora María Del Carmen Vázquez Torres quien se le agradece por compartir sus conocimientos acerca de cómo realizar un trabajo de tesis de manera responsable.

A la maestra Myrna Patricia Martínez Barraza por el apoyo que mantuvo durante la investigación que se realizo y a todos los maestros que formaron parte del ciclo universitario.

Resumen

El proyecto de investigación que se maneja está basado en el turismo alternativo debido a que se tiene pensado convertir una zona natural en una zona turística donde el turista tenga un contacto con la naturaleza y realización de actividades recreativas que satisfagan sus necesidades.

El turismo alternativo es un tipo de turismo que día con día se ha estado llevando a cabo ya que se cuenta con la tarea de explotar aquellas zonas donde se pueda aprovechar su terreno geográfico para convertirlas en un lugar natural recreativo para turistas tanto nacionales como internacionales.

Para llevar a cabo un proyecto de turismo alternativo se tiene que realizar un proceso de investigación detallado de la zona y del cliente al cual va dirigido. Se investigaron dos tipos de clientes, turistas que son las personas que van a adquirir el servicio del proyecto con su respectivo rango, a los cuales se les aplicó una encuesta para conocer preferencias o ideas sobre el proyecto y a inversionistas con experiencia en inversiones en proyectos similares para conocer la viabilidad del mismo por medio de un cuestionario que consta de 4 preguntas.

Los resultados encontrados del turista pueden beneficiar al proyecto dando una idea de lo que el turista espera encontrar. Los resultados encontrados en inversionistas fue que se considera un proyecto turístico con una buena oportunidad para invertir y aumentar el turismo en el municipio, que consta con una ubicación geográfica que se tiene que aprovechar debido a que sus condiciones son excelentes para explotar el turismo con proyectos similares. Para conocer. Se realizó un proceso de investigación para obtener información necesaria y conocer los aspectos más importantes sobre un proyecto turístico.

INDICE

DEDICATORIAS.....	2
AGRADECIMIENTOS.....	3
RESUMEN.....	4
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1 Antecedentes.....	6
1.2 Planteamiento del problema.....	7
1.3 Justificación.....	9
1.4 Objetivo.....	10
1.5 Delimitaciones del estudio.....	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	11
2.1 Turismo.....	11
2.1.1 Economía y Turismo.....	15
2.1.2 Significación Socioeconómica del Turismo.....	16
2.1.3 Factores del turismo.....	19
2.2 Tendencias del turismo.....	21
2.2.1 Atractivos Turísticos.....	21
2.2.2 Ecología Y Su Relación Con El Turismo.....	22
2.2.3 Los proyectos y su papel en el desarrollo de una política ambiental.....	22
2.2.4 Tipos De Turismo.....	23
2.2.5 Promoción Turística.....	25
2.3. Investigación de mercados.....	27
2.3.1 Organización de la investigación de mercados.....	27
2.3.2 Proceso de investigación de mercados.....	28
2.4. Turismo Alternativo.....	31
CAPÍTULO III. MÉTODO.....	34
3.1. Sujetos.....	34
3.2. Materiales.....	35
3.3. Procedimiento.....	36
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIONES.....	37
4.1 Resultados.....	37
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	51
5.1 Conclusiones.....	51
5.2 Recomendaciones.....	52
ANEXOS	54
ANEXO 1	54
ANEXO 2	56
ANEXO 3.....	57

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

El turismo de naturaleza o alternativo es uno de los tipos de turismo que se ah estado llevando a cabo por medio de proyectos con un mayor seguimiento debido a su importancia ya que es un tipo de turismo que causa impacto al turista por realizar una gran variedad de actividades recreativas sin dañar su medio ambiente.

1.1 Antecedentes

La Secretaria de Turismo, Turismo Alternativo (2004) nos señala que el turismo actual debe contribuir a la conservación de los recursos, mediante una planeación integral sobre el uso y manejo de éstos, así como establecer y desarrollar una cultura turística del medio ambiental y responder a la demanda de dejar este mundo en condiciones óptimas para los que vivirán el mañana, respondiendo a la exigencia de un turista preocupado por el medio ambiente, su bienestar físico y espiritual. El Turismo Alternativo, es el reflejo de este cambio de tendencia en el mundo, representando una nueva forma de hacer turismo, que permite al hombre un reencuentro con la naturaleza. Esta búsqueda por acercarse a la naturaleza de una forma más directa y activa, pero a la vez más responsable, valorando y respetando las particularidades naturales y socioculturales autóctonas de los lugares turísticos, da pauta en Europa y Estados Unidos al surgimiento del turismo alternativo.

Se está incrementando el interés de diversos grupos comunitarios en participar en proyectos turísticos relacionados con el Turismo de Naturaleza, ya sea para ofrecer servicios de ecoturismo, turismo de aventura o turismo rural, tomando como base la riqueza natural y cultural de cada uno de los rincones que México brinda, pero sobre todo por la expectativa de los beneficios económicos que se pueden obtener al ofrecer servicios turísticos a los visitantes que buscan apreciar esta riqueza, algunos de los beneficios económicos que se pueden obtener es que se fortalece la organización de la comunidad, se generan fuentes de empleo, se identifican fuentes de financiamiento, se conservan los recursos naturales, se mejoran los servicios y se preservan los valores comunitarios según la organización de turismo World wildlife Fund, Ecoturismo (2004).

ITSON (2012) Señala que en Sonora, los corredores turísticos dicen que consideran promover y arraigar una nueva cultura de excelencia en la prestación de servicios turísticos, mediante la capacitación, sensibilización y desarrollo de habilidades de los empresarios y del personal del sector, fortalecer los programas de turismo alternativo, revisar los programas de promoción turística para enfocarla hacia mercados de alto potencial, promover la instauración de sistemas de información, orientación y auxilio turístico, así como fortalecer la seguridad pública en los sitios de interés e impulsar la elaboración de una Ley Estatal de Turismo que regule y promueva esta actividad.

1.2 Planteamiento del problema

El turismo es una fuente importante para el crecimiento económico de un estado o de un país debido a que no solo se obtienen ingresos de la gente nacional sino también de gente internacional lo cual significa que un proyecto turístico puede ser de suma importancia para promocionar esos lugares que cuentan con puntos ideales y fomentar diversos tipos del mismo con estrategias adecuadas con el fin

de crear un flujo económico que beneficie a la localidad y a su vez impactar en la región.

En Sonora el turismo ha sido una de las opciones más importantes para generar su crecimiento y producir un incremento económico en el estado, ya que no solo se cuenta con el turismo de sol y playa si no también cuenta con zonas interesantes las cuales se podrían explotar turísticamente como arroyos, lagos, desiertos, etc. Con el objetivo de expandir los tipos de turismo y no solo manejar uno sino manejar todos los tipos de turismo posibles que se puedan desarrollar debido a sus zonas geográficas.

El turismo alternativo puede ser una opción donde Sonora y sus corredores turísticos pueden aprovechar con el fin de actualizar o crear nuevas formas para desarrollar el turismo utilizando el medio ambiente con el que se cuenta. Lugares aislados que se pudieran transformar en zonas recreativas que el turista desee practicar o visitar, de esta manera se promociona y se obtiene una mejor imagen del estado y al mismo tiempo se hacen inversiones en proyectos interesantes los cuales pudieran generar mejores o nuevas fuentes económicas.

El “Proyecto Turístico Dique 10” está basado en el turismo alternativo debido a que se está utilizando un área natural para transformarla en un área turística. El turismo alternativo es uno de los tipos de turismo donde se ha estado trabajando y mejorando en nuestra localidad, ya que se encuentran varios lugares donde se puede disfrutar la flora y la fauna de estos lugares tanto el ambiente deportivo, de diversión, familiar, etc. Satisfaciendo al turista sus necesidades, ofreciéndole un ambiente natural de ocio y un servicio de calidad el cual su objetivo es obtener un impacto positivo que beneficie al municipio.

El proyecto turístico dique 10 es un lago que cuenta con una medida de 1,000 hectáreas, cuenta con variedad de flora y fauna silvestre, posee un vaso regulador que mantiene el agua siempre a un nivel adecuado para evitar sequia y se encuentra a 30 minutos de Cd. Obregon, Sonora. Se tiene planeado transformarlo

y explotarlo en un centro de actividades recreativas las cuales el turista pueda gozar en el aspecto turístico. La razón por el cual se quiere llevar este proyecto a cabo y se tiene oportunidad de que sea rentable es debido a la falta de proyectos de turismo de Cajeme.

Muchos turistas internacionales visitan el estado de Sonora e incluso el municipio de Cajeme visitando siempre los mismos lugares donde casi no se presentan remodelaciones o no se tiene variedad de opciones de cual lugar visitar debido a que son pocos. Es por ello que este proyecto se encarga de ofrecerle al turista un lugar nuevo donde pueda realizar las actividades de ocio o hoobie en una zona segura y organizada para tener el control del área.

- ¿Conocer la aceptación por parte de los cajemenses del proyecto para un desarrollo turístico?

1.3 Justificación

El proyecto de turismo alternativo “Dique 10” es un proyecto turístico donde se adecuará, se adaptará y respetará su hábitat natural dentro del medio ambiente en un área de actividades recreativas donde el turista tendrá acceso a ellas satisfaciendo sus necesidades de conocer las zonas turísticas con la que cuenta Cajeme, con el objetivo de realizar este tipo de proyectos para promocionar al municipio y así aumentar el turismo de la localidad.

La aceptación del gusto por convivir con la naturaleza en este tipo de proyectos turísticos es que cuenta con un área geográfica que se tiene como ventaja para el desarrollo del mismo, donde se maneja un medio ambiente con puntos estratégicos y además que son necesarios para que se lleve a cabo ya que cuenta con áreas verdes, un lago y terrenos que pueden ser utilizados para la

realización de otras actividades importantes. Es por eso que este tipo de proyecto cuenta con la aceptación debido a las estadísticas que se tienen, ya que en Cajeme no se manejan este tipo de proyectos, hoy en día se tiene pensado innovar el turismo de esta localidad aprovechando las ventajas con las que se cuenta, de este modo el turista obtendrá nuevas formas de conocer y disfrutar de este municipio.

Mediante este proyecto turístico, se obtienen ciertos beneficios que hacen de más importancia al desarrollo y a la finalización de este proyecto. Donde se generarán mas fuentes de empelo para la sociedad y el municipio, ya que se necesitará personal para los servicios que se manejarán para atención al cliente (turista) ya que es un factor importante que se tiene que tomar en cuenta, debido a que la opinión del turista cuenta para que este proyecto se mantenga estable.

La falta de proyectos turísticos puede pausar el desarrollo del turismo en Cajeme, ya que se desaprovecharían las áreas donde se pudieran llevar a cabo inversiones que darían un alto incremento turístico a la región donde al mismo tiempo disminuiría la posibilidad de generar más empelo para la sociedad del municipio.

1.4 Objetivo

Realizar un estudio de mercado en Cajeme para conocer la aceptación del turismo alternativo respecto al dique 10 como destino turístico.

1.5 Delimitaciones del estudio

Las delimitaciones del estudio fueron solamente sobre el municipio de Cajeme, ya que la información que se obtuvo es exclusivamente del área a la cual pertenece.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

El turismo es una de las principales actividades que un país, un estado o un municipio debe manejar ya que es una de las fuentes económicas más importantes para desarrollar la economía y obtener un crecimiento, es por eso que se deben de llevar a cabo proyectos o investigaciones que mantengan en constante desarrollo este giro.

2.1 Turismo

El turismo entendido como un fenómeno social de masas se ha convertido en los últimos años, para algunos países, en factor importante y aun básico de su economía. En efecto, la llamada industria sin chimeneas constituye hoy en día, para países como Suiza, Italia y España por no citar más, una de las actividades de mayor trascendencia para sus respectivas economías.

En México esta industria aun sin haber alcanzado el desarrollo que tiene en los países europeos citados, ocupa, sin embargo, un lugar notorio en la economía, es por ello que lejos de constituir un fenómeno de importancia exclusiva para el sector de prestadores de servicios, se ha constituido, principalmente por la complejidad que encierra, en un acontecer de interés nacional. En consecuencia, el gobierno ha intervenido desde los albores de su nacimiento, en su reglamentación y ha creado organismos públicos encargados de dirigir las actividades turísticas nacionales.

Efectivamente, el valor del turismo trasciende los sectores inmediatamente relacionados con el, para convertirse, no solo desde la perspectiva económica, sino también social y humana, en un fenómeno de interés nacional.

La definición más sencilla del concepto turismo es la adoptada por la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (OMT), que es la máxima autoridad en la materia, el cual dice que el turismo es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales. Aunque es una definición sencilla y breve, nos sirve como idea previa de lo que constituye nuestra materia de estudio.

De Acuerdo a De la Torre (1984), menciona que el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

El visitante.- es la persona que visita un país que no es en el que tiene fijada su residencia, por cualquier razón que no sea desempeñar una ocupación remunerada. Los visitantes se dividen en dos categorías.

Turistas.- Es el visitante temporal que permanece cuando menos 24 horas en el país visitado y cuyo propósito de viaje puede ser clasificado bajo uno de los siguientes rubros:

- a) Tiempo libre (recreo, vacaciones, salud, estudio, religión, deportes)
- b) Negocios, familia, misiones o reuniones.

Excursionistas.- Visitantes temporal que pertenece menos de 24 horas en el país visitado. Incluye a los viajeros de crucero (no deben incluirse en las estadísticas los viajeros que entran ilegalmente al país, como son los que están en tránsito en un aeropuerto o casos similares).

Para efectos de turismo interno o nacional se debe sustituir la palabra “país” por estado, municipio, zona, ciudad, región o cualquier otra que se use. Todos los demás conceptos pueden ser validos.

Importancia del turismo

Hemos reiterado que el turismo se manifiesta en nuestros días como una necesidad inherente a la vida moderna, y por ende como un instrumento eficaz de su desarrollo socioeconómico y cultural. Todo vez que esta actividad va convirtiendo al planeta en patria común para el viajero internacional, que invade todas las zonas geográficas y elimina todas las barreras físicas, históricas y sociales, y contribuye en tal forma a integrar una sociedad ecuménica, consideramos de importancia esbozar algunos lineamientos generales respecto a las repercusiones peculiares que este fenómeno provoca en los diferentes campos de la actividad humana; repercusiones que normalmente, cuando se dan dentro de un desarrollo armónico, se traducen en beneficios colectivos.

Por eso, tanto las entidades públicas como las privadas, en los campos nacional e internacional, han intercalado en el plano de sus actividades la preocupación por lograr un desarrollo equilibrado de la actividad turística, máxime en algunos países donde se ha convertido en la principal fuente proveedora de sus sistemas económicos.

Ventajas y desventajas del turismo

Según Molina (1997), existen ciertas ventajas y desventajas que forman parte del turismo, las cuales son las siguientes:

Ventajas:

Genera divisas que contribuyen a cubrir el déficit en la balanza de pagos; gran parte de esas divisas se destinan al pago de importaciones y, en fechas más recientes, para solventar parte de los compromisos financieros contraídos con la banca internacional.

*Crea empleos, por lo que permite incorporar a la vida económica a individuos desempleados, subempleados o que acaban de ingresar en el mercado de trabajo.

*Crea empleos con una inversión comparativamente inferior a la requerida en otros sectores de la economía. Esto es cierto siempre que las inversiones no estén orientadas a la demanda turística internacional de alto gasto.

*Contribuye al desarrollo regional, hecho significativo en países que se distinguen por la concentración de la actividad económica, del ingreso y la riqueza.

*Aprovecha recursos renovables, característica esta que será válida, en el caso de los atractivos naturales, cuando la explotación de los mismos se haga incorporando criterios de conservación.

*Contribuye al rescate y la conservación de usos y costumbres locales, de manifestaciones folklóricas y artesanales, etc.

*En conjunto con otra actividad económica, puede actuar como fuerza motriz para impulsar el desarrollo regional.

*Favorece una rápida distribución geográfica del ingreso.

Desventajas:

*El país receptor se vuelve dependiente en relación con los países que más turistas emiten. Si hay un cambio en la situación interna de esos países emisores que llegue a afectar la salida de turistas, el país receptor se verá perjudicado y sin mayores posibilidades de revertir la situación.

*La mayor parte de las divisas que entran en el país vuelven a salir, pues quedan en poder de las grandes compañías transnacionales quienes, finalmente, son las que controlan los flujos turísticos internacionales.

*El turismo, en virtud de su manifestación como actividad altamente estacional, genera una gran cantidad de empleos inestables. Con la llegada de la baja temporada, muchos empleados quedan sin trabajo por la caída de la afluencia de turistas.

*Los propios turistas, así como las actividades para la operación de hoteles y restaurantes, el tráfico de aviones, entre otras, contaminan y deterioran el ambiente natural.

*La marcada estacionalidad del turismo repercute en otras actividades económicas.

*Al mismo tiempo, es un factor de aculturación y, finalmente de desintegración de las culturas locales.

*El turismo crea conflictos de valores entre los individuos y el grupo social cuando la comunidad receptora se encuentra con individuos de origen etnosocioeconomico distinto.

*Promueve la especulación y otros fenómenos como la inflación, que afecta la vida de las comunidades locales.

*Se transforma en un canal para la adquisición y asimilación de patrones culturales que no corresponden a la cultura local y nacional.

*El turismo solo capta y canaliza los excedentes generados en otros sectores de la economía.

2.1.1 Economía y Turismo

El turismo crea sin duda todas las relaciones anteriores, pero principalmente crea interrelaciones económicas. El aspecto económico es el motor del quehacer turístico porque sencillamente nos enfrentamos a la formula: servicio – consumidor – beneficio. “El turista es un consumidor” (Burkart y Medlik, 1980). Y por lo general así lo considera el productor de servicios. El hotelero, el restaurantero, el transportista o el agente de viajes ven al turista en su ámbito microeconómico como el cliente de su mercado que les producirá un beneficio, por lo que tratarían de incrementar las actividades que permitan la permanencia y el crecimiento.

Por otra parte, el turismo tiene otras interrelaciones en el ámbito macroeconómico, en el cual el Estado desarrolla, a través de los mecanismos correspondientes, las actividades necesarias para permitir un aumento del turismo receptivo o externo, por la importancia que representa la capacitación de divisas, y un aumento en el turismo nacional o interno, lo que constituye una mejor distribución del ingreso. Ambos aspectos necesariamente generan estabilidad económica y, desde luego, contribuyen al desarrollo social.

Al hablar del fenómeno turístico ha sido frecuente destacar su importancia dentro de las economías nacionales, pero en muchas ocasiones se permanece en el campo de las generalizaciones, razón por la cual no se logra percibir en sus justos límites la significación de esta actividad.

Con el objeto de poder precisar cuál es la forma en que destaca dentro de la economía nacional el fenómeno turístico, se hace necesario recordar que la corriente turística, que es la fuente generadora de la actividad económica, debe clasificarse en extranjera y nacional, a su vez la corriente turística extranjera debe ser subdividida en corriente turística fronteriza y al interior del país, entendiéndose por esta última la que permanece más de 72 horas dentro del territorio nacional, internándose más allá de las ciudades fronterizas. Así mismo, la corriente turística nacional se subdivide en interna y egresiva, entendiéndose por esta última la que sale fuera de nuestras fronteras. (Ramírez Blanco, 2001)

Lo anterior nos permite, al iniciar el análisis, establecer cierto sistema que permite comprender con mayor precisión cuál es la real significación de la actividad turística dentro del panorama económico nacional.

2.1.2 Significación Socioeconómica del Turismo

De acuerdo a García Mata, citado por Gurria Da Bella (1991), considera al turismo como la reunión de la corriente turística y la industria de servicios, es un fenómeno con una gran significación socioeconómica.

Sin embargo, es indudable la repercusión que el fenómeno presenta en ambos aspectos para la vida de los pueblos. Por ese motivo es preferible analizar en primer término el aspecto social que, por ser menos conocido, es con frecuencia olvidado.

a. El turismo interno integra al grupo humano social. Es evidente que en los países, al conocerse los diversos grupos sociales que en él habitan se estrechan más las relaciones entre los hombres que los constituyen. El turismo forja un concepto ecuménico de lo humano. Constituye un factor que nos afirma en la idea

de igualdad humana. Efectivamente, nos enseña a encontrar al semejante aun cuando sienta, piense o viva alejado de nosotros por lengua, raza, religión o costumbres.

b. Por ello, el turismo es indudablemente un importantísimo factor para la paz, para la comprensión y para la unidad del género humano.

c) El turismo tiene un auténtico valor social de interrelación humana que no ser por el jamás se llevaría a cabo.

d) Eleva el nivel cultural del viajero. Desde antiguo se ha dicho que los viaje ilustran y cierto es que, aunque los motivos fundamentales de un viaje no sean de índole cultural, siempre se conocen expresiones de este tipo en los países visitados. Las razones de carácter cultural son a veces motivaciones importantísimas para un sector de turistas.

e) Asimismo el turismo da al hombre nuevo vigor físico; mayores energías para volver a su trabajo cotidiano; a la intensa monotonía de la vida moderna; a las preocupaciones, siempre las mismas y siempre renovadas que el ritmo avasallador del trabajo impone a las grandes mayorías.

El turismo es un factor importante para el ser humano ya que genera relaciones sociales con personas de diferentes ciudades, estados o países, lo cual es importante porque se aprende de otras culturas, lenguas y costumbres.

El turismo cuenta con algunos beneficios económicos que son de suma importancia para la ciudad o país donde se está llevando a cabo esta actividad.

Algunos de estos beneficios económicos más importantes son:

a) El país receptor del turismo debe tener toda clase de servicios para la satisfacción de las necesidades primarias y secundarias de los viajeros. Ello supone la creación de una superestructura destinada a este fin. El turista desea vivir mejor que en su propio hogar, ansia más comodidades, más perfección, mayor placer en su vida material y a todo esto debe responder el prestador de servicios. Lo anterior requiere toda una organización, un conglomerado de hombres que vivan y trabajen para el turismo. El turismo es una fuente de trabajo.

b) Además, no hay que olvidar que el turista internacional aporta divisas al país que visita, sin que ese país receptor tenga que enviar al extranjero sus propios recursos. Por eso el turismo ha sido para países europeos de la posguerra, de vital importancia, para poder nivelar sus balanzas de pago y rehacer sus economías nacionales.

c) La industria turística es de carácter terciario, porque vende servicios, ya que los productos no son propios, sino ajenos.

El turismo ayuda a la circulación de la riqueza, especialmente, en el país receptor. Las principales consecuencias que de lo anterior pueden deducirse son las siguientes:

1.- El turismo es un fenómeno que surge en nuestra sociedad contemporánea y con el que los estados tienen que contar, estimándolo en su justo valor. Es un hecho de la vida moderna y a ese hecho, debe atenderse, encauzándose, dándole los principios técnicos, sociales y económicos que de él puedan deducirse, para prever su desarrollo en lo futuro.

2.- El turismo no tiene solo una significación económica. Tan importante como este valor es, a no dudarlo, su interés social, cultural y humano.

3.- El turismo, precisamente por su modernidad, es un nuevo campo de acción para el especialista, para el técnico, para el profesionalista.

4.- El turismo es un hecho social de nuestra actualidad histórica que espontáneamente ha surgido debido a una multiplicidad de factores, pero el que se debe estudiar a posteriori, para entender su significado económico, social, cultural y humano, a fin de que su rico contenido sea más provechoso para los hombres y para los pueblos.

El beneficio de que se genere el turismo en un país receptor es que se pueden obtener ingresos económicos suficientes para desarrollar su crecimiento de forma más rápida. Pero para ello, es necesario que el país receptor cuente con los servicios necesarios para satisfacer al cliente o turista. Ya que su función principal es ofrecer un servicio de manera adecuada para obtener utilidades benéficas.

2.1.3 Factores del turismo

Son el conjunto de hechos sociales que en forma directa o indirecta, se relacionan necesariamente para conjugar el fenómeno turístico, proporcionándole su característica peculiar y específica.

Los factores del turismo como todos los factores de los fenómenos sociales constituyen una red de concatenaciones mutuas, de interacciones y relaciones reciprocas. Su aislamiento o separación, imposible en la realidad de la estructura socioeconómica, es recomendable y debe utilizarse solo con fines de clasificación para realizar un estudio sistemático.

Factores Indirectos

Los factores indirectos del turismo se caracterizan por las siguientes consideraciones sociológicas:

- a) Constituyen la base económica, cultural e institucional de una comunidad nacional, regional o local.
- b) Su desarrollo es condición indispensable, necesaria y previa para el proceso del turismo.
- c) Se relacionan, no obstante, en forma indirecta con el fenómeno turístico, porque procuran fundamentalmente la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades materiales y culturales de la población asentada en la comunidad (nacional, regional o local)
- d) Su existencia puede considerarse independiente, según lo afirmamos en el punto anterior, el fenómeno turístico, especialmente si en una nación, región o localidad no se presentan los factores directos o se carece de una planeación que sea integral.
- e) No obstante, supuesta la existencia de los factores directos del turismo, aun cuando no se realice planeación integral, o esta sea insuficiente desde el punto de vista científico y técnico, los factores indirectos solo son independientes en forma

relativa, porque todo aumento o disminución de la base económica, cultural o institucional de un grupo, repercute y modifica las condiciones estructurales y dinámica del turismo, así como los cambios del turismo influyen en la transformación de los grupos e instituciones.

f) El turismo es un fenómeno social que solo puede existir real y objetivamente, por la relación necesaria entre los factores directos e indirectos.

Factores Directos

Los factores directos del turismo constituyen una superestructura social cuya base son los factores indirectos. Se caracterizan por los aspectos que a continuación se mencionan:

a) Son esenciales para que pueda realizarse el fenómeno turístico. Su inexistencia produce ausencia institucional del turismo, a pesar de que en una comunidad, como es de suponerse, inciden los factores indirectos.

b) El desarrollo de los factores directos depende de la evolución de los factores indirectos.

c) Los recursos, servicios y promoción turísticos, factores directos, están en función de las necesidades e intereses de la corriente de turistas, es decir del fenómeno turístico.

d) Los factores directos se relacionan en forma concomitante con los indirectos. Esto es, que las modificaciones y cambios de unos factores influyen recíprocamente en las transformación de los otros.

Los factores del turismo son los hechos que hacen o que forman la imagen del lugar que se está llevando a cabo turísticamente. Los factores indirectos son las bases para su desarrollo. Ejemplo: finanzas, ambiente turístico, industrias conexas, servicios públicos. Los factores directos dependen de los factores indirectos. Ejemplo: Promoción, recursos, servicios de alojamiento, alimentación, guías.

2.2 Tendencias del turismo

El turismo en general debe de contar con ciertas estrategias o puntos importantes que debe tomar antes de empezar un proyecto, esto quiere decir cuáles son las ventajas con las que cuenta el área o como hacer que sea un proyecto viable para una mejor rentabilidad.

2.2.1 Atractivos Turísticos

Todo lugar que constituya un destino turístico debe tener una serie de características que motiven el desplazamiento temporal de los viajeros. Estas características desde el punto de vista del visitante, se denominan atractivos turísticos. Porque son los que llaman y atraen su atención. Desde el punto de vista de la región visitada, estos atractivos forman parte de los recursos turísticos, porque constituyen lo que se puede ofrecer al visitante.

Los atractivos turísticos pueden ser de muchos tipos, ya sea permanentes o temporales, y se clasifican para su estudio en dos grandes grupos: atractivos naturales y atractivos culturales. (Gurria Da Bella, 1991)

Los atractivos naturales son aquellos creados por la naturaleza. Es decir, que en su formación no ha intervenido directamente la acción humana. Algunos de ellos son los siguientes:

Los atractivos geomorfológicos: Son aquellos formados por la acción de la naturaleza durante la evolución del planeta.

Los atractivos biogeográficos son aquellos con manifestaciones de vida animal o vegetal.

Los atractivos culturales son aquellos elementos en que interviene o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o bien se establecen por razones culturales o comerciales.

Los atractivos históricos son tanto las obras que han dejado las civilizaciones, como los lugares que tienen un significado en la historia sociopolítica de los pueblos, naciones y regiones.

2.2.2 Ecología Y Su Relación Con El Turismo

Los efectos de la contaminación sobre el medio ambiente natural son estudiados por la ecología, conocimiento derivado de la biología. La ecología, además, mide las consecuencias que produce la intromisión de perturbadores sobre un ecosistema dado, ya sean estos el hombre o algún tipo de depredador animal. La interferencia para el normal desarrollo de un ecosistema natural también puede tener un origen climático. En todo caso, cabe hacer notar que un ecosistema puede comenzar a degradarse por la acción simultánea de todos los factores nombrados y por otros, muchos de los cuales no están claramente identificados. La ecología no está en condiciones de solucionar, por si sola, la actual problemática ambiental, especialmente caracterizada por la contaminación. Corresponde a la ingeniería el diseño de una tecnología cualitativamente menos dañina para la gestión natural, ya sea que este enfocada a producir desechos menos peligrosos o reciclarlos.

La progresiva destrucción de los ecosistemas naturales de uso turístico es un hecho innegable. El proceso progresivo, como hemos citado, ha sido detectado por la ecología y es mediante la aplicación de este conocimiento que puede revertirse el daño hasta lograrse una plena compatibilidad e integración entre la actividad turística y la actividad propia del ambiente natural

La aparición del hombre en los ecosistemas naturales, y el manejo irracional de actividades que interfieren con el desarrollo de esos ecosistemas, provoca escisiones profundas que es necesario evitar para no alterar su estructura y función.

2.2.3 Los proyectos y su papel en el desarrollo de una política ambiental

Los proyectos son la columna vertebral del desarrollo económico y social. Surgen de un elaborado proceso técnico que tiene como finalidad racionalizar los recursos económicos, financieros, materiales, técnicos. Humanos y naturales con que cuenta un país, coordinándolos de la mejor manera para cumplir con los objetivos

resultantes de la filosofía política de los gobiernos. A favor de un diagnóstico se van definiendo (con mayor o menor participación de la iniciativa privada), los objetivos nacionales, que no son otra cosa que lineamientos, orientaciones globales con repercusiones sectoriales específicas. Los sectores económicos establecen su propia estrategia general. Así aparecen los programas sectoriales cuya función será organizar los proyectos de inversión que, a su vez, son las acciones que en determinados plazos ayudan a la consecución de los objetivos. Si las metas no son alcanzadas en el oriente de tiempo estipulado, algo está fallando en todo el proceso: generalmente es la estrategia de desarrollo, que se refleja en una mala calidad de los proyectos o escasez de estos. Es decir, se ha estructurado todo un andamiaje que no ha interpretado correctamente la realidad, siendo preciso revisar las características del contexto en que se impulsa el desarrollo para identificar y relacionar nuevas variables. (Molina, 1983)

2.2.4 Tipos De Turismo

Es necesario conocer los diferentes tipos de turismo para así identificar los diversos clientes que se manejan para un mejor conocimiento acerca de ellos. El turista es el cliente principal en el ámbito turístico, es por eso que se necesita aprender datos acerca del mismo para ofrecerle un mejor servicio, como por ejemplo: gustos, tradiciones, culturas, idiomas, etc. Con estos datos ya se obtiene información para saber qué tipo de turismo es el que el cliente busca.

Algunos de los tipos de turismo que se manejan son los siguientes:

a) Turismo de recreación, descanso, cultural y salud

Los motivos para realizar un viaje no siempre se presentan aislados; frecuentemente se entrelazan y aunque varían en intensidad, en forma conjunta provocan la necesidad o el deseo transitorio de desplazarse, en la mayoría de los casos. Las motivaciones definen cuatro rubros fundamentales: recreación, descanso, cultura y salud, los cuales a su vez admiten subdividirse en tantos tipos como necesidades y deseos pueda manifestar una persona, por lo que consideramos innecesario particularizar en cada uno de ellos.

b) Turismo de corta y de larga distancia

La corta y la larga estancia señalan el criterio de clasificación adoptado por los países de acuerdo al promedio de tiempo de permanencia observado en los turistas visitantes, mismo que les servirá de base para que definan el lapso temporal sobre el cual habrán de diferenciar estos tipos de turismo.

Es innecesario abundar en la relación directa que hay entre el tiempo de permanencia de un visitante y los ingresos por concepto de turismo. Bástenos con mencionar que, independientemente del número de turistas y el gasto per cápita, a medida que su residencia temporal sea mayor, más elevado será el consumo de bienes y servicios, por lo cual hay que diversificar y ampliar los atractivos y servicios de un país, a fin de que los visitantes alarguen su visita.

c) Turismo de excursión y turismo autónomo

Llamamos turismo de excursión a aquel cuya práctica implica la sujeción a un itinerario y que supone la aceptación de una oferta global, o paquete, cuya compra, mediante contrato, se conviene con un agente.

Turismo autónomo es el que practica el turista de acuerdo con un itinerario que el mismo elabora conforme a sus necesidades o deseos, y en el que por medio de un acto contractual, directo o indirecto, obtiene libremente los servicios que se requiere.

d) Turismo aéreo, terrestre y acuático

La denominación de aéreo, terrestre o acuático, que se aplica al turismo, solo se refiere al medio de transporte que ha de utilizarse.

e) Turismo libre y turismo dirigido

Por la facilidad del turista para seleccionar libremente el lugar de su destino, su medio de transporte, el tiempo de su permanencia los servicios que desea, así como la posibilidad de escoger los sitios que pretende visitar, podemos denominarlo libre o dirigido. (La organización política de ciertos países y las decisiones de organizaciones empresariales o de trabajadores, son obstáculos que en algunos casos restringen la libertad de elección respecto al lugar de destino).

f) Turismo activo y turismo pasivo

Por sus implicaciones económicas, el turismo puede considerarse activo o pasivo. El activo es aquel que, desde el punto de vista de la economía, afecta positivamente la renta nacional, aumentándola y redistribuyéndola, como en el caso de los visitantes extranjeros, quienes la aumentan porque aportan divisas, y el de los nacionales, quienes al practicar el turismo interno, la distribuyen. Turismo pasivo es el que practica el nacional. Al dirigirse al extranjero, contribuye a la fuga de divisas, lo que repercute negativamente en la economía del país.

2.2.5 Promoción Turística

La identificación de los factores que inciden en el turismo constituye una premisa fundamental para elaborar el “el producto turístico”, mismo que en su estado natural deberá adecuarse y complementarse con servicios y actividades en función de los gastos y preferencias, a si como de la disponibilidad de tiempo libre y de los recursos pecuniarios de la demanda. Al activarse lo anterior, se logra una adecuación oferta – demanda. (De La Torre, 1980)

Casi toda persona es aficionada a viajar, a practicar el turismo, actitud que se manifiesta en múltiples y variadas formas, de acuerdo con la estructura socioeconómica del sujeto del turismo y de la influencia ejercida en ella a través de la promoción. La práctica del turismo tiene tal atractivo, que nadie es capaz de oponer resistencia ante la posibilidad de viajar, de disfrutar de los beneficios que supone desvincularse por un tiempo del ambiente rutinario en que se desenvuelve. Claro está que intervienen condicionantes que determinan la práctica de los viajes, pero ello conforma la estructura que define la potencialidad de cada uno para convertirse en turista; aspecto, este último, en el cual, a través de la difusión, la divulgación y las motivaciones ejercidas, la promoción desempeña un papel muy importante.

El moderno concepto de promoción tiene una acepción muy amplia, ya que su connotación no solo se orienta a la conquista del cliente, efectos económicos, si

no que deja suponer que su labor se encamina también a lograr efectos e carácter social y cultural.

La promoción es uno de los principales factores para convertir la demanda potencial en efectiva. La corriente activa de viajeros se nutre del conjunto de personas cuyas posibilidades y ánimo de viajar han sido motivados por el deseo de visitar determinado lugar. La corriente turística potencial, por el contrario, es aquella que no se ha desplazado a determinada localidad, por no habersele proporcionado algún estímulo, necesario aun cuando disponga de medios para hacerlo.

La labor promocional se cumple también con objeto de conformar, en los habitantes del núcleo receptor, una estructura mental, adecuada para escoger favorablemente al viajero, con lo cual se pretende cultivar un ambiente hospitalario. Para garantizar el éxito de todo programa de desarrollo turístico, una condición indispensable es que los habitantes de las localidades receptoras estén conscientes de las bondades de todo género que depara el turismo. Tener conciencia turística, no es solo captar la importancia de la actividad, sino saber qué actitud debe adoptarse ante sus diversas manifestaciones. Todo ciudadano debiera ser un promotor que, al habituarse a recibir extraños, no permanezca indiferente ni tome tal actividad como un frío negocio; que siempre se advierta la emoción personal, la atención por y para seres humanos que, dentro de un ambiente nuevo, necesitan comprensión y ayuda, dadas sus circunstancias.

En suma, la labor promocional tiene como uno de sus principales objetivos crear la conciencia turística, aspecto que incluye la atención y el cuidado que se requieren para proteger y conservar el patrimonio turístico de un país.

Aunque indirecto, el anterior aspecto influye y trasciende en la atracción y capacitación de las corrientes turísticas.

2.3. Investigación de mercados

La investigación de mercados según (Churchill JR, 2003) es la función que vincula al consumidor, cliente y público con el mercado logo a través de la información, información que se usa para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercadotecnia; generar, mejorar y evaluar las acciones de mercadotecnia; vigilar los resultados de la mercadotecnia y mejorar su comprensión como proceso. Note que esta definición indica que la investigación de mercados aporta información para que al organización la utilice por lo menos cuatro áreas: 1) la generación de ideas para acciones de mercadotecnia, lo que incluye identificar los problemas y oportunidades de la mercadotecnia; 2) la evaluación de las acciones de mercadotecnia; 3) la comparación de los resultados con los objetivos, y 4) el desarrollo de una comprensión general de los fenómenos y procesos de mercadotecnia. Además, la investigación de mercados guarda relación con todas las fases del proceso de administración de la información, lo que abarca: 1) especificar cual información es necesaria, 2) recopilar y analizar la información y 3) interpretar esa información en lo referente a los objetivos que, por principio de cuentas, motivaron el estudio.

2.3.1 Organización de la investigación de mercados

La forma organizacional de la investigación de mercados depende en gran medida del tamaño y estructura organizacional de la compañía de que se trate. En empresas pequeñas, donde es frecuente que una persona se encargue de todas las necesidades de investigación, quien con frecuencia lo hace al gerente de ventas o de mercadotecnia, si bien algunos gerentes de investigación de mercados reportan directamente al presidente o vicepresidente ejecutivo de la compañía. Por su parte, aunque las unidades de investigación grandes pueden asumir diversas formas organizacionales, son comunes tres tipos, de acuerdo a (Churchill JR, 2003)

- 1.- Organización por área de aplicación, como son líneas de productos, marca, segmento de mercado o región geográfica.
- 2.- Organización por función de mercadotecnia, como análisis de las ventas en campo.
- 3.- Organización por técnica o enfoque de investigación, como el análisis de ventas, análisis matemático o estadístico, entrevistas de campo o diseño de cuestionarios.

La investigación de mercados es un proceso de suma importancia, ya que es donde se tiene conocimiento acerca del cliente, donde se busca la manera correcta de que el servicio o producto que se le ofrezca sea 100% satisfactorio para el mismo. Este proceso se lleva a cabo dependiendo del tamaño de la empresa, si es empresa mediana o pequeña una persona puede ser la encargada de esta área y si es empresa grande se llevaran más organizaciones de cómo hacer una investigación de mercados más amplia con más personal trabajando en ello.

2.3.2 Proceso de investigación de mercados

Es necesario llevar a cabo un proceso adecuado para una investigación de mercados, ya que de este depende para realizarla correctamente, debido a que nos indican los pasos que se deben llevar para evitar errores o fallas en el tiempo que se esté llevando a cabo. Los pasos para un proceso de investigación de mercados son los siguientes:

Formulación del problema

Una de las funciones más valiosas de la investigación de mercados es ayudar a definir el problema de mercadotecnia que debe solucionarse. Solo cuando el problema se define con exactitud es posible diseñar una investigación que brinde información significativa. Una parte del proceso para definir el problema consiste en especificar los objetivos del proyecto o proyectos de investigación específicos que podrían emprenderse. Cada proyecto debe tener uno o más objetivos, y no

debe pasarse al siguiente paso del proceso hasta que se definan esos objetivos de manera explícita.

Determinación del diseño de la investigación

La elección del diseño de investigación depende de cuánto se conozca el problema. Si es relativamente poco lo que se sabe acerca del fenómeno que se estudiará, se justifica la investigación exploratoria. Es habitual que esta se utilice cuando el problema que debe resolverse es amplio o vago, y podría incluir la revisión de datos publicados, entrevistas con especialidades, creación de grupos de enfoque o investigación de publicaciones especializadas en que se analicen casos similares; sea cual fuera la decisión, una de las características más importantes de la investigación exploratoria es su flexibilidad. Puesto que los investigadores saben poco acerca del problema en esta etapa, deben estar preparados para dejarse llevar por su intuición acerca de las posibles áreas y tácticas de investigación.

Por otra parte, si en vez de ser vago o amplio el problema está formulado de manera precisa, sin ambigüedades, se necesita una investigación descriptiva o casual. En este diseño de investigación, la recopilación de datos es inflexible y se especifica de manera rigurosa, tanto en lo concerniente a los formularios para recopilación de datos como al diseño de la muestra. El diseño descriptivo hace hincapié en determinar la frecuencia con que ocurre algo o el grado de covarianza que existe entre dos variables. En el diseño casual, se usan experimentos para identificar las relaciones causa y efecto entre las variables.

Determinación del método para recopilar datos

Es frecuente que la información que una empresa necesita para resolver su problema exista en forma de datos secundarios, es decir, los recopilados anteriormente con algún propósito distinto al problema en cuestión. Tales datos podrían encontrarse en el sistema de información interno de la compañía, en forma de tarjetas de retroalimentación o de garantía, de informes de la fuerza de ventas o de los pedidos hechos por los mayoristas. Si la compañía no cuenta con la información necesaria, podría encontrarla con facilidad en una buena biblioteca

de negocios, los datos estadísticos gubernamentales o los informes de asociaciones gremiales. Por último, si ninguna de esas fuentes resulta fructífera, es posible que los datos ya hayan sido recopilados por un proveedor de investigaciones. Aunque la compañía tendría que pagar por esta información, el monto suele ser menor que el costo del estudio original. Sea cual fuera el caso, por razones de costo y tiempo los investigadores siempre deben buscar primero en las fuentes de datos, antes de embarcarse en un proyecto de investigación.

En el supuesto de que la información necesaria no este disponible o que lo este en una forma inadecuada respecto del problema en cuestión, la investigación tendrá que depender de los datos primarios, que son los recopilados específicamente para el estudio.

Diseño de los formularios para recopilar datos

Una vez que los investigadores han decidido el método que se usara en el estudio, deben determinar el tipo de forma de observación o cuestionario que mejor se adapte a las necesidades del proyecto. Suponiendo que se utiliza un cuestionario, ¿ha de estructurarse como un conjunto fijo de respuestas alternas o deben emplearse preguntas abiertas que permitan a los interrogados responder con sus propias palabras? ¿Debe utilizarse algún tipo de escala de calificación?

Diseño de la muestra y recopilación de datos

Después de determinar cómo se recopilara la información necesaria, los investigadores deben definir cual grupo será observado o interrogado. De acuerdo con el tipo de estudio, podría tratarse de amas de casa, niños en edad preescolar, conductores de vehículos deportivos, residentes de un estado específico o jugadores de tenis. El subconjunto específico de población elegido para el estudio se conoce como muestra.

Al diseñar la muestra, los investigadores deben especificar. 1) El marco de muestreo, que es la lista de elementos de la cual se obtendrá la muestra; 2) el proceso de elección de la muestra y 3) el tamaño de la muestra. Aunque es frecuente suponer que el marco está implícito en el problema de investigación, y de tal suerte, se da por sentado, tal supuesto puede ser riesgoso.

Análisis e interpretación de datos

Los investigadores pueden amasar montañas de datos, pero resultan inútiles a menos que se analicen y que los resultados se interpreten a la luz del problema en cuestión. El análisis de datos generalmente incluye varios pasos; en primer termino, se deben revisar los formularios de recopilación de datos para cerciorarse de que estén completos y sean congruentes y, además, que se hayan seguido las instrucciones; este proceso se llama edición. Después, se deben codificar los formularios, lo cual entraña asignar números a cada una de las respuestas, de modo que se puedan analizar por computadora. El paso final de análisis de los datos es la tabulación, en el cual se disponen ordenadamente los datos en una tabla u otro formato de resumen, mediante el conteo de la frecuencia de respuestas a cada pregunta; en este punto, también es posible clasificar los datos de forma cruzada por medio de otras variables. Suponiendo que los investigadores preguntaron a las mujeres si les gusta un cosmético nuevo, sus respuestas se clasificaran de manera cruzada en grupos de edad, nivel de ingresos y a si sucesivamente. Las funciones de edición, codificación y tabulación son comunes en la mayoría de las investigaciones. Las pruebas estadísticas aplicadas a los datos suelen ser exclusivas para el procedimiento de muestreo y de los instrumentos para recopilación de datos empleados en la investigación. Si es posible, estas pruebas deben considerarse con anticipación al inicio de la recopilación de datos. Para garantizar que, tanto los datos como el análisis sean apropiados para el problema, según se especifico.

Si se manejan estos pasos en el orden indicado se obtendrá una investigación de mercados más técnica y eficiente, del modo contrario se pueden generar errores o fallas durante el procedimiento.

2.4. Turismo Alternativo

Esta búsqueda por acercarse a la naturaleza de una forma más directa y activa pero a la vez mas responsable, valorando y respetando las particularidades naturales y socioculturales autóctonas de los lugares visitados, dio pauta en

Europa y Estados Unidos al surgimiento del turismo alternativo. Sobre el turismo alternativo existen varias definiciones y conceptualización, sin embargo, existe un aspecto que se presenta constante en todas ellas, que es considerada una modalidad turística que plantea una interrelación más estrecha con la naturaleza, preocupada por la conservación de recursos naturales y sociales del área en que se efectúa la actividad turística.

La Secretaria de Turismo, con el fin de facilitar la planeación y desarrollo de productos turísticos que atienda las exigencias, gustos y preferencias de quien demanda en el mercado turístico este tipo de servicios, ha buscado estandarizar y unificar criterios sobre el término de turismo alternativo. Para ello ha basado su definición desde el punto de vista de quien compra y efectúa el viaje en tres puntos característicos.

- El motivo por el cual se desplazo el turista, el de recrearse en su tiempo libre realizando diversas actividades en constante movimiento, buscando experiencias significativas.
- En donde busca desarrollar estas actividades: En y con la naturaleza, de preferencia en estado conservado o prístino.
- Qué condiciones y actitudes debe el turista asumir al realizar estas actividades con un compromiso de respetar, apreciar y cuidar los recursos que está utilizando para recrearse.

La Secretaria de Turismo define al turismo alternativo como los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.

Esta definición ha facilitado, a su vez, realizar una segmentación del turismo alternativo, basado en el tipo de interés y actividades que el turista tiene y busca al estar en contacto de naturaleza. Es así que la Secretaria de Turismo ha dividido al turismo alternativo en tres grandes segmentos cada uno compuesto por diversas

actividades, donde cabe mencionar, que cualquiera de las actividades que a continuación se definen, puede requerir de guías, técnicas y equipos especializados: Ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural.

CAPITULO III. METODO

En el presente informe se desarrollará el procedimiento que se llevó a cabo durante la investigación sobre el proyecto turístico dique 10, donde se presentarán los sujetos que lo conforman, los materiales utilizados en la investigación y el procedimiento general que se siguió paso por paso para su realización.

3.1. Sujetos:

Durante el proceso de investigación sobre el proyecto turístico dique 10 se seleccionaron 2 tipos de clientes con sus respectivos perfiles los cuales son turistas e inversionistas.

Turista.- El perfil del turista es de un rango de 15 – 64 años, con un estado económico medio – alto, es por eso que se aplicaron encuestas con 7 preguntas de opción múltiple en ciertas colonias de la ciudad como villa california, villa itson, zona norte, donde se encuentra el rango y el estado económico seleccionado. Mediante programas de estadísticas de población se investigó el total de población que habitan esas colonias de posibles turistas el cual fue un total de 4,121 obteniendo una muestra de 156 mediante una fórmula de muestreo para la aplicación de encuestas.

Inversionista.- Personas con experiencia en proyectos similares donde se tiene un interés en invertir en proyectos turísticos en el municipio. Se encontraron 6 posibles inversionistas, los cuales mediante la fórmula de muestreo se obtuvo un resultado de 5 inversionistas a los cuales se les aplicó un cuestionario de 4 preguntas abiertas para conocer sus ideas u opiniones acerca del proyecto.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

3.2 Materiales:

Durante el proceso de investigación se aplicaron dos tipos de herramientas para conocer opiniones o ideas acerca de los dos tipos de clientes que se manejan en este proyecto.

Encuesta aplicada al turista (anexo 1).- Es una encuesta aplicada al turista de la localidad el cual consta de 7 preguntas de opción múltiple con incisos a) b) c) y d) que van relacionadas con el proyecto dique 10 acerca de opiniones o comentarios del turista. Con el objetivo de adquirir información acerca de lo que el cliente busca o espera encontrar dentro del proyecto que se está manejando, conociendo así el tipo de mercado al que va dirigido.

Cuestionario aplicado a inversionista (anexo 2).- Cuestionario de 4 preguntas con respuesta abierta relacionadas con el proyecto dique 10. El cual fue aplicado a posibles inversionistas interesados en proyectos turísticos. Con el fin de obtener información acerca de que se requiere o en qué situación se encuentra el proyecto para que existan posibles inversionistas que estén dispuestos a invertir en proyectos turísticos, para saber si es un proyecto viable o no.

Durante la aplicación de los instrumentos hacia el cliente sobre el trabajo de campo se encontraron ciertos hallazgos de parte del cliente acerca de preguntas sobre el proyecto por ejemplo: ¿Qué es? ¿Dónde se ubica? Y otros comentarios recibidos como por ejemplo: gente que no ha visitado el lugar o quejas de la zona.

3.3. Procedimiento:

El procedimiento que se utilizó en el estudio fue el siguiente:

Solicitud del servicio sobre el estudio del proyecto dique 10 por parte del H. Ayuntamiento de Cajeme.

Investigación sobre proyecto dique 10: mercado dirigido, estudio de la zona donde se llevara a cabo el proyecto, documentación.

Elaboración del plan de trabajo.

Investigación bibliográfica sobre turismo, proyectos turísticos, turismo alternativo, investigación de mercado.

Se investigaron los tipos de cliente del proyecto con sus respectivos perfiles para realizar la investigación.

Una vez investigado el tipo de cliente se diseñaron dos tipos de herramientas para el trabajo de campo. Los cuales fueron cuestionario y encuesta de opción múltiple.

Se calculo el total de turistas e inversionistas los cuales son los clientes del proyecto para calcular la muestra de cada uno mediante la fórmula de muestreo.

Se aplicaron ambas herramientas de manera personal a los dos tipos de clientes para la obtención de resultados.

Una vez obtenido los resultados de las encuestas, se tabuló, graficó y codificó la información de las herramientas aplicadas.

Elaboración de informe de resultados.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIONES

En el presente capítulo se presentarán los principales hallazgos encontrados en la investigación de cómo identificar la aceptación del dique 10 en el municipio de Cajeme.

4.1 Resultados

Los principales resultados encontrados en el estudio se plasman en el informe ejecutivo a entregarse al Presidente Municipal, quien fue él que solicitó dicho proyecto el cual se encarga de realizar un estudio sobre la población de su municipio para así conocer que tan aceptable puede ser un proyecto de turismo alternativo que beneficie tanto a su población de manera que genere empleos, a su economía de forma que se obtengan más ingresos y su turismo donde se incrementaran los destinos turísticos en el municipio de Cajeme.

El principal objetivo en esta investigación es conocer la aceptación la cual puede tener el proyecto turístico “dique 10”, es decir si el turista/cliente local está de acuerdo con el plan llevado a cabo y a si invertir en los servicios los cuales el dique 10 se dispone a ofrecer y generar una utilidad la cual beneficie la economía del municipio.

El tipo de investigación que se aplico durante el proyecto fue descriptiva, se realiza por medio de datos, la cual consiste en conocer situaciones, costumbres o actitudes a través de la descripción exacta de la actividad. Esto se llevó a cabo por medio de cuestionarios aplicados a turistas y posibles inversionistas.

Las encuestas aplicadas hacia el cliente (turista) dieron como resultado general que se debe mantener un buen servicio, el 28.20% respondieron la opción b) malo, debido a esto, se tendrá la tarea de corregir aquellos errores cometidos en el servicio ofrecido para así obtener el 100% de su calidad.

Otro resultado importante fue que el 76.28% conoce o ha visitado el dique 10 lo cual favorece al proyecto porque la mayoría de la gente encuestada lo ha visitado y sabe de su ubicación.

Un factor importante el cual favorece al proyecto dique 10 es su lago, el resultado de innovaciones las cuales el turista prefiere son los juegos acuáticos y como deporte la pesca, en este caso el resultado obtenido beneficia el proceso que se está realizando para impartir este tipo de turismo ya que se tiene un lago especial para realizar dichas actividades.

Inversionistas dan a conocer que este tipo de proyectos beneficiaria al municipio ya que se tienen todos aquellos factores importantes que se deben tomar en cuenta como lo es su tamaño de su territorio, sus áreas naturales, y como novedad causaría un buen impacto a la población ya que no se han realizado proyectos similares.

Como conclusión, la situación del proyecto “dique 10” puede favorecer en un futuro debido a que la gente quiere experimentar este tipo de turismo el cual no se ha impartido en la localidad, cuenta con la ventaja de poder llevar a cabo varias actividades en la misma zona y esto causa beneficios debido a la población encuestada la cual piensa acerca de realizar varias actividades recreativas para tener un mejor impacto aprovechando sus áreas naturales y su expansión territorial. Posibles inversionistas concluyen de aprovechar e invertir en este tipo de proyectos ya que serían muy favorables para su economía debido a varios factores importantes como su territorio, su ecología y sobre todo el lago donde se pueden realizar dichas actividades. Es recomendable seguir paso a paso las etapas y los factores importantes los cuales se consideran para el éxito de este proyecto, como lo es el mejoramiento de su servicio, innovaciones para causar atracción al turista, variedad de actividades, y lo más importante crear un ambiente seguro.

Introducción

El ayuntamiento de Cajeme ha decidido llevar a cabo un proyecto de turismo alternativo donde se utilizara un área verde para transformarla en un centro de actividades recreativas en una zona natural sin dañar el medio ambiente. Con la intención de desarrollar su economía obteniendo utilidades que beneficien al municipio e incrementar el turismo de esta localidad. El dique 10 es un lago que cuenta con 1,000 hectareas de territorio las cuales sirven para realizar actividades recreativas que le dan una mayor utilidad a este lugar. Cuenta con un vaso regulador el cual hace que el agua no disminuya y a si no provoque una sequia en su flora, cuenta con diferente especies de peces y animales como : coyotes,

Métodos y procedimientos de investigación:

La investigación realizada es descriptiva, debido a que está basada en opiniones e ideas reales de turistas y posibles inversionistas de su localidad la cual no son modificadas, ya que es necesario dicha investigación para obtener información de lo que la gente espera de este proyecto.

Proceso de investigación:

Definir el problema a investigar

Seleccionar y establecer el diseño de la investigación

Recolección de datos y análisis

Formular hallazgos

Sujetos de estudio:

Se consideraron tanto hombres como mujeres de 16 a 64 años de edad con un nivel socioeconómico medio debido a que abra un costo por recibir el servicio que se ofrecerá, se espera una inversión por cliente/turista de alrededor \$500.00 lo cual es un costo medio y será accesible para este tipo de sujeto, se consideraron inversionistas a personas con experiencia en proyectos de gestiones turísticas para conocer si cuenta con un una vialidad que permita darle seguimiento a esta propuesta.

Materiales:

Se aplicaron dos instrumentos durante la investigación, los cuales fueron una encuesta de 7 preguntas al turista de opción múltiple con el objetivo de obtener información acerca de las prioridades del cliente y un cuestionario que cuenta con 4 preguntas abiertas a posibles inversionistas para conocer sus opiniones acerca del proyecto. La encuesta aplicada al turista fue en distintos puntos de la ciudad

donde radique el tipo de rango que se calculo, inversionistas y miembros de cámaras de turismo como lo es: FONATUR, COFETUR fueron invitados a conocer los diferentes tipos de proyectos turísticos del municipio para conocer sus ideas, críticas constructivas, etc.

Procedimiento:

Los pasos que siguieron en la investigación son los siguientes:

Investigación sobre proyecto dique 10: mercado dirigido, estudio de la zona donde se llevará a cabo el proyecto, documentación.

Se elaboró plan de trabajo: investigación por etapas que conforman el proyecto.
Se investigó el tipo de cliente que posiblemente adquiriera el servicio.

Se diseñan las herramientas para aplicar al cliente durante la investigación.
Obtención de resultados con sus respectivos análisis.

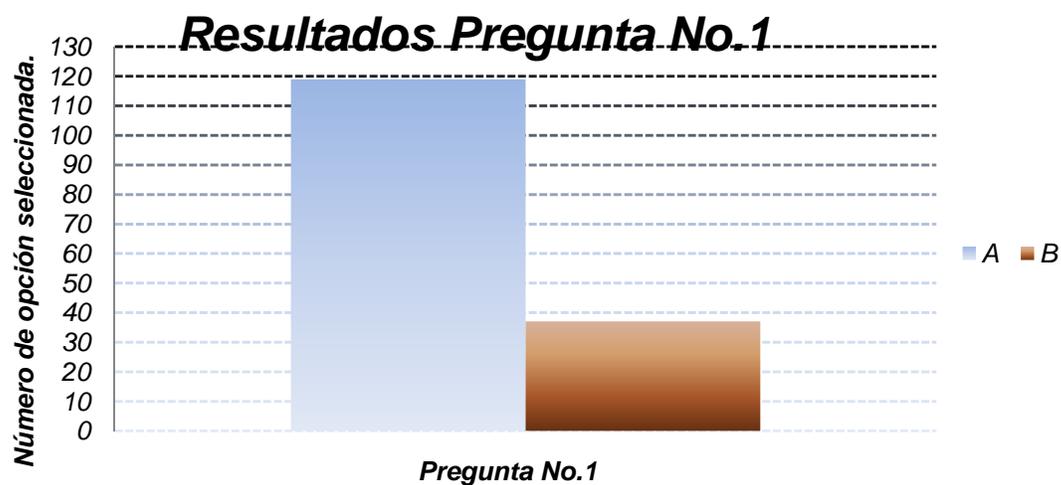
Análisis de datos:

Durante la investigación sobre el proyecto turístico dique 10 se aplicaron herramientas para la recolección de datos con el fin de obtener información detallada que beneficie el proceso del proyecto que se está llevando a cabo. Mediante estas herramientas se obtuvieron resultados necesarios para un mejor conocimiento del mercado al cual va dirigido.

1.- ¿Visita o ha visitado el dique 10?

a) Si b) no

Pregunta No.1	A	B
No. Personas	119	37
%	76.28%	23.71%

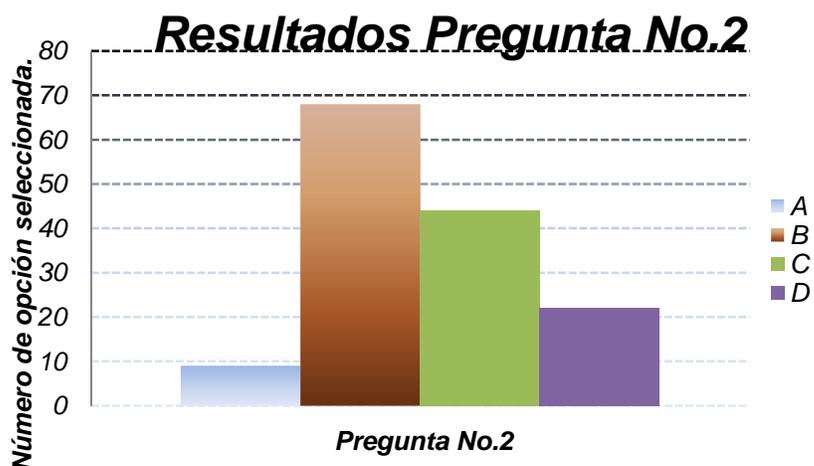


Los resultados encontrados de la pregunta No.1 son que el 76.28% han visitado o visitan el dique 10 debido a que están satisfechos con el ambiente y servicio que les ofrecen. Y el 23.71% no lo visitan o no lo conocen debido a que no saben su ubicación exactamente o nunca han tenido la oportunidad de visitarlo o por falta de publicidad del lago.

Pregunta No.	A	B	C	D
2	A	B	C	D
No. Personas	9	68	44	22
%	5.76%	43.58%	28.20%	14.10%

2.- ¿Cómo considera el servicio o ambiente del dique 10?

a) Excelente b) Bueno c) Malo d) No lo visito

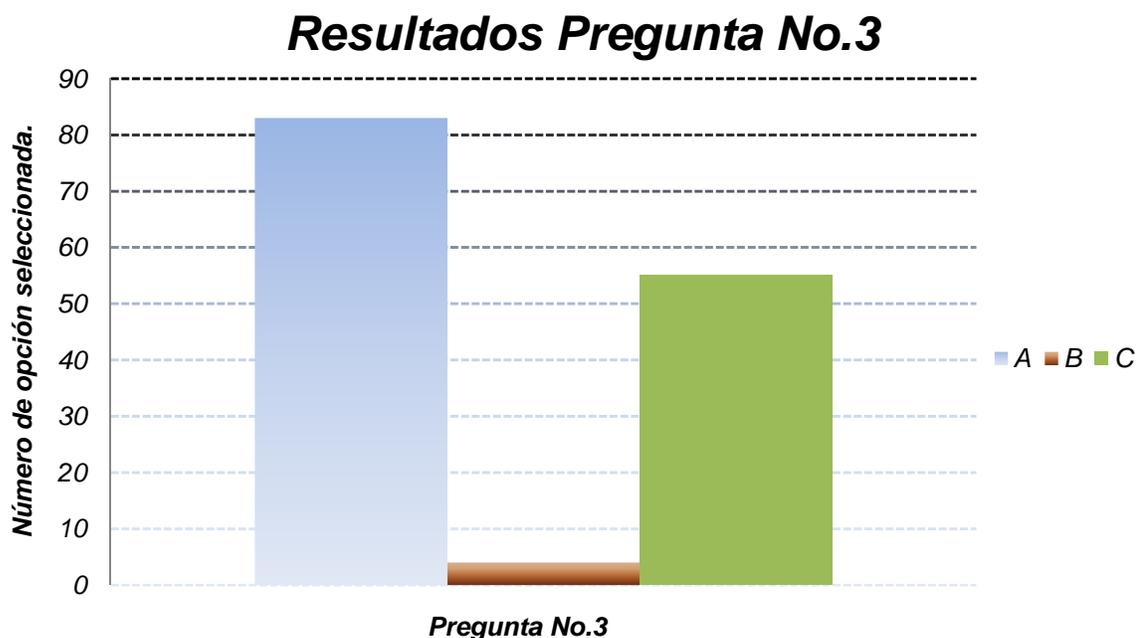


Los resultados encontrados en la pregunta No.2 de la encuesta fue que el 5.76% piensan que el servicio del dique 10 no es excelente el cual quiere decir que no se encuentran 100% conforme con lo que el dique les ofrece, el 43.58% piensan que el servicio del dique es bueno lo cual quiere decir que estas personas solo esperan algunas mejorías del servicio que el dique 10 ofrece, el 28.20% piensa que el servicio del dique es malo, esto quiere decir que no están conformes con el servicio y esperan que sea totalmente cambiado. Y el 14.10% no comentaron sobre el servicio debido a que no lo visitan o nunca lo han visitado.

Pregunta No.3	A	B	C
No. Personas	83	4	55
%	53.20%	2.56%	35.25%

3.- ¿Que deporte preferiría y piensa que causaría más impacto dentro del dique 10?

a) Pesca deportiva b) Golf c) Wakeboarding(surfeo/ski) d)Otros
(Especifique)



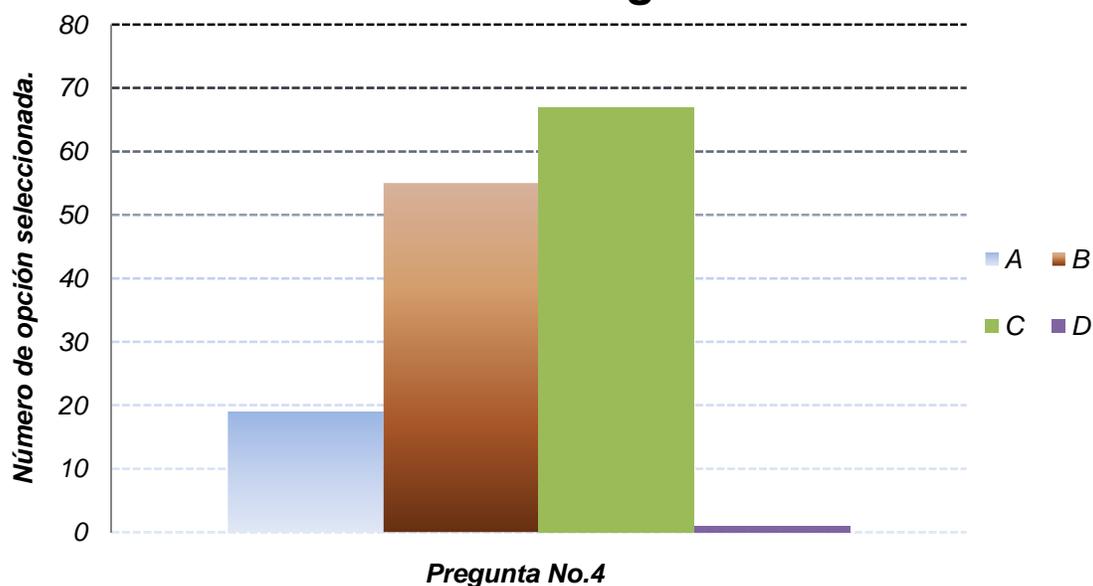
Los resultados encontrados en la pregunta No.3 de la encuesta fueron que el 53.20% prefieren de deporte la pesca deportiva debido a que consideran un lago con siembra de peces y el tamaño del lago permitirían más demanda sobre este deporte, el 2.56% prefieren golf como deporte debido al terreno y por el medio ambiente que se maneja, y el 35.25% prefieren wakeboarding/ski donde se puede practicar este deporte con facilidad debido al tamaño del lago.

Pregunta No.4	A	B	C	D
No. Personas	19	55	67	1
%	12.17%	35.25%	42.94%	0.64%

4.- ¿Que innovación le gustaría que tuviera el dique 10?

a) Hoteles b) Restaurantes c) Juegos Acuáticos d) Otro (Especifique)

Resultados Pregunta No.4



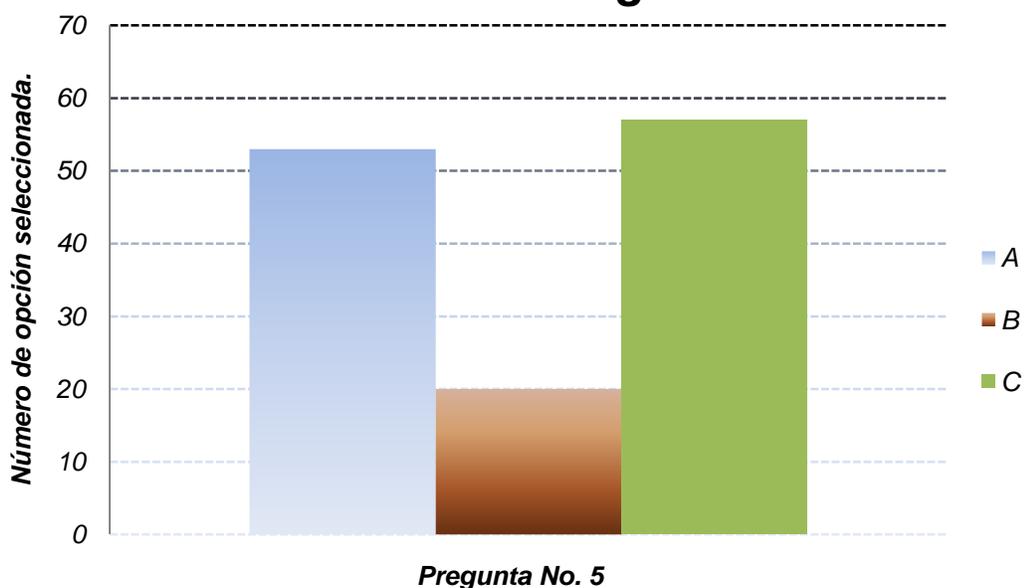
Los resultados encontrados en la pregunta No.4 fueron que el 12.17% piensa que un hotel fuera la innovación del dique 10 debido a que son clientes que prefieren su estancia en el lago por varios días y ocupan un lugar de hospedaje , el 35.25% piensan que restaurante debido a que el cliente ocupa de un lugar donde consumir alimentos sin tener que ir a la ciudad o abandonar la zona, el 42.94% contestó juegos acuáticos, personas que se divierten en familia con juegos acuáticos como lo son toboganes, resbaladillas, alberca, etc. Y el 0.64% piensa que otro tipo de innovación sin decir su opción.

Pregunta No.5	A	B	C
No. Personas	53	20	57
%	33.97%	12.82	36.53%

5.- ¿Con qué frecuencia visita el dique 10?

a) Una vez al mes b) Cada fin de semana c) Cada 3 meses

Resultados Pregunta No.5

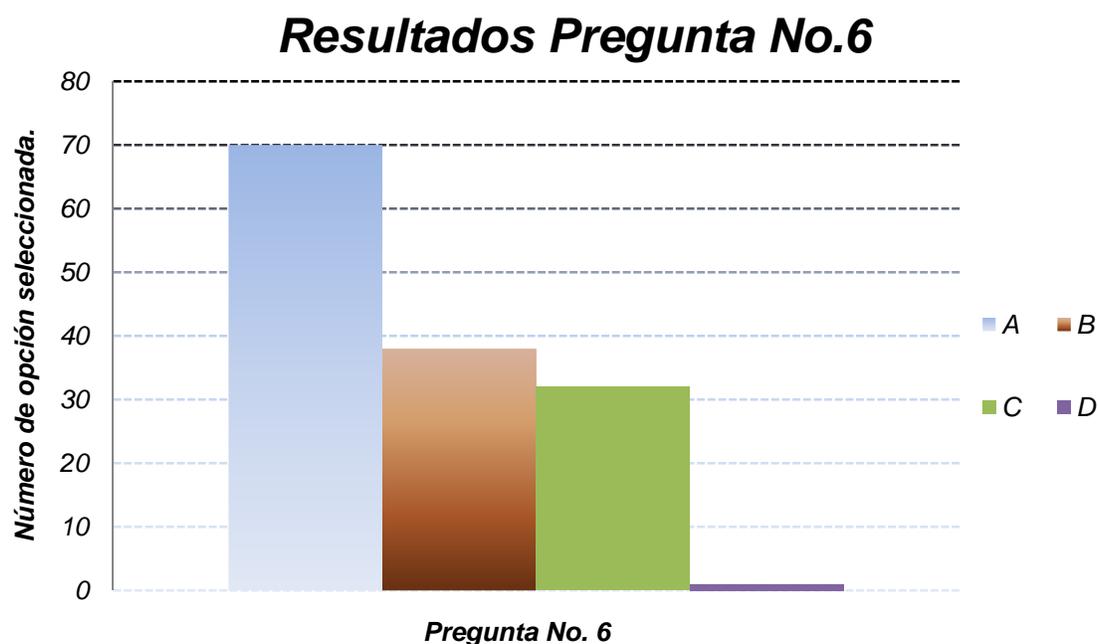


Los resultados encontrados en la pregunta No.5 fueron que el 33.97% visitan el dique una vez al mes debido a que no tienen la oportunidad para visitarlo más seguido, el 12.82% lo visitan cada semana lo cual son personas que se dedican a visitar el dique 10 con el fin de diversión y descanso y el 36.53% lo visitan cada 3 meses o más, lo cual son personas que lo visitan en largos plazos debido a falta de tiempo o no están conformes con el ambiente o servicio que el dique 10 ofrece.

Pregunta No.6	A	B	C	D
No. Personas	70	38	32	1
%	44.87%	24.35%	20.51%	0.64%

6.- ¿Qué tipo de ambiente prefiere en el dique 10?

a) Familiar b) Deportivo c) Descanso d) Otro (Especifique)

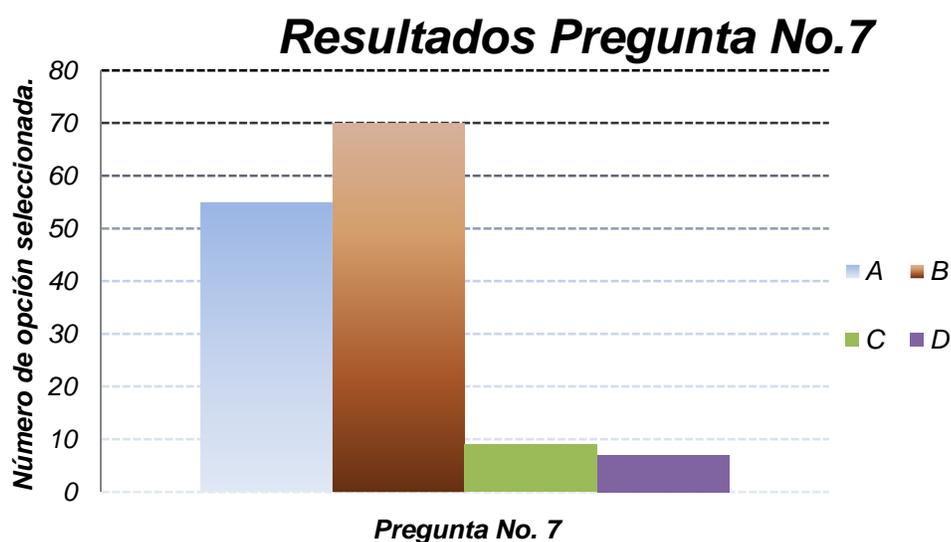


Los resultados encontrados en la pregunta No.6 fueron que el 44.87% prefiere de un ambiente familiar en el dique 10, personas que disfrutarían de una estancia con la familia con el fin de diversión, el 24.35% un ambiente deportivo, personas que toman el dique 10 como un lugar deportivo para practicar su deporte favorito, el 20.51% un ambiente de descanso, personas que toman el dique 10 como total tranquilidad para relajamiento y 0.64% que ninguna de las opciones.

Pregunta No.7	A	B	C	D
No. Personas	55	70	9	7
%	35.25%	44.87%	5.76%	4.48%

7.- ¿Que tanto dinero estaría dispuesto a gastar en su visita al dique 10?

- a) 200\$ b) 500\$ c) 1000\$ d) Otra cantidad



Los resultados encontrados en la pregunta No.7 fueron que el 35.25% gastarían alrededor de 200\$, lo cual son clientes que su estancia debe ser corta y sin adquirir todos los servicios que el dique 10 ofrece, el 44.87% gastarían alrededor de 500\$, personas que su estancia es de más tiempo adquiriendo los servicios del dique 10, el 5.76% alrededor de 1000\$, son personas que tienen planeado pasar todo un día en el lago con familia o amigos y el 4.48% gastarían más de 1000\$, lo cual son personas que su estancia dura días o si su estancia es corta se tienen contemplado gastar más de esta cantidad.

Resultados Encuesta Inversionista

La aplicación de encuestas a inversionistas fue acerca de un instrumento de 4 preguntas abiertas con el fin de conocer y obtener información sobre las ideas u opiniones de posibles inversionistas que puedan invertir en este proyecto. Posibles inversionistas piensan que el proyecto turístico dique 10 es un buen lugar para invertir debido a su territorio y ubicación, ya que este tipo de proyectos es basado principalmente en el tipo de terreno y ambiente donde se tiene planeado llevarlo a cabo. Su ubicación favorece al proyecto debido a que se encuentra a una corta distancia de la ciudad en caso de alguna necesidad o emergencia del cliente (turista).

Inversionistas consideran este proyecto una buena opción para invertir debido al medio ambiente que se maneja para que sea explotado turísticamente, por lo tanto pudiera ser un proyecto competitivo ya que no se ha presentado todavía un proyecto similar en la localidad, es por eso que se obtiene la ventaja de ser una empresa competitiva ya que cuenta con los recursos necesarios para que este proyecto sea desarrollado de manera turística.

Consideran que una inversión en este tipo de proyectos no es segura ya que en ningún proyecto lo es pero debido a la posición en que se encuentra ahí posibilidades de que el proyecto cause impacto en el municipio ya que están dispuestos a invertir lo que sea necesario para llevarlo a cabo.

7. Conclusiones y recomendaciones

Se concluyó que el dique 10 ocupa una inversión que impulse a poder transformar esa área natural en una zona turística y sea atraída por el turista ya que es una zona que favorece al proyecto debido a su terreno. Como recomendación para atraer a dicho turista o cliente es necesario saber que estrategias aplicar como lo son: Invertir en aquellos aspectos que el cliente prefirió durante la aplicación de

encuestas, mejorar el servicio ya que ah recibido críticas negativas, innovaciones, y sobre todo mantener siempre un ambiente controlado.

8. Limitaciones

El presente estudio se realizó considerando solo las características del Dique 10 del Municipio de Cajeme, por tal motivo la información obtenida es exclusiva para dicha área.

Discusión

Es importante relacionar los hallazgos encontrados durante esta investigación con los elementos teóricos que también lo conforman por ejemplo:

Como resultado de la investigación se sabe que el dique 10 es un área especial para ser explotada por medio de turismo alternativo ya que cuenta con áreas verdes y un espacio amplio para actividades recreativas sin causar daño alguno al ecosistema que lo rodea, se obtuvo como resultado de esta investigación la importancia de desarrollar el turismo en una localidad ya que se pueden obtener beneficios si se hace de la manera correcta como: empleos, ingresos, protección al medio ambiente, etc. Se realizo una investigación de mercado para el estudio del turista en el municipio, donde se llevo a cabo un proceso con sus respectivos pasos para obtener un resultado.

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Mediante la investigación sobre el proyecto turístico dique 10 se encontraron hallazgos como: ventajas, desventajas, puntos importantes, etc. De acuerdo a este resultado se consideraron varias conclusiones sobre el proyecto.

5.1 Conclusiones

El objetivo general fue cumplido ya que se investigo la información que se requería para poder iniciar el proyecto de la manera planeada, obteniendo la información básica de los principales aspectos que un proyecto de turismo alternativo debe considerar.

Los objetivos específicos fueron cumplidos ya que todo el proceso de investigación fue llevado paso a paso para obtener la información de manera detallada sobre los puntos más importantes de la investigación como lo es el tipo de cliente, que tipo de turismo se maneja en el proyecto, cual es la función u objetivo de un proyecto turístico, etc. Creando a su misma ves un proyecto turístico de consecuencias positivas.

Es una investigación que no ha concluido del todo ya que se pronostica en un futuro contar con nuevas actualizaciones debido a que la tecnología continua avanzando, es por eso que se tiene planeado seguir investigando acerca de que es lo que el cliente sigue buscando o cuáles son sus preferencias de alguna innovación para satisfacer 100% sus necesidades.

5.2 Recomendaciones:

Con este tipo de investigaciones se pueden generar nuevos proyectos con relación al turismo alternativo, ofreciendo servicios de calidad que satisfagan al cliente y sobre todo un ambiente de contacto con la naturaleza, explotando turísticamente el territorio que se tiene donde se practiquen actividades recreativas que el turista desea encontrar, desarrollando la economía y el turismo de su localidad con un fin de ofrecerle al turista un tiempo de diversión y descanso para satisfacer sus necesidades.

Proyectos como el puerto Yavaros donde se está investigando cual serian las innovaciones que el cliente preferiría sobre este puerto, que actividades recreativas mejorarían la zona, y que puntos importantes necesitan actualizarse para obtener una mejor demanda sobre este puerto.

Durante el proceso de investigación se tiene planeado revisar la información obtenida antes de iniciar el proyecto de manera detallada para conocer si es un proyecto que tenga viabilidad segura y corregir o modificar información, actualizándola día a día de manera que vaya generando mejoras.

La información obtenida sobre este proyecto cuenta con una vigencia debido a que pueda ser modificada para presentarla a posibles inversionistas, esto quiere decir que se tiene que ir actualizando la información, en dado caso que se modifique el proyecto o se obtenga nueva información, para cuando un inversionista decida invertir en el proyecto, la información que se le presente debe ser al día no una información con anterioridad de por ejemplo: 8 Meses. Ya que se tienen varios aspectos importantes que se tienen que ir tratando al día con día.

Bibliografía:

- Churchill JR, 2003, Investigación de mercados, International Thomson Editores, SA DE C.V.
- De La Torre Padilla Oscar, (1984), El turismo fenómeno social, Fondo de cultura económica av. De la universidad, México DF.
- Gurria Da Bella Manuel, 1991, Introducción al turismo, Editorial Trillas, México.
- Molina Sergio, 1983, Turismo y su ecología, México Trillas. 2000. (Trillas Turismo).
- Molina Sergio, 1997, Turismo, metodología para su planificación, Editorial Trillas, S.A de C.V, México DF.
- Ramirez Blanco Manuel, Julio 2001, Teoría general del turismo, editorial diana S.A de C.V.
- SECTUR (www.sectur.com)

Anexos

Anexo 1

Proyecto Turístico "Dique 10"

INSTRUCCIONES: LEA CUIDADOSAMENTE CADA PREGUNTA Y MARQUE CON UNA "X" LA RESPUESTA DE SU ELECCIÓN.

OBJETIVO: Conocer el cliente junto con sus necesidades y cuál es su grado de satisfacción en su visita en el dique 10.

NO TOCAR

1.- Visita o ha visitado el dique 10?

A) Sí___ B) No___ ¿Por qué?

2.- ¿Cómo considera el servicio o ambiente del dique 10?

A) Excelente___ B) Bueno___ C) Malo___ D) No lo visito___

3.- ¿Qué deporte preferiría y piensa que ocasionaría más impacto dentro del dique 10?

A) Pesca deportiva___ B) Golf___ C) Wakeboarding(surfeo-ski)___ D) Otros (Especifique)___

4.- ¿Que innovación le gustaría que tuviera el dique 10?

A) Hoteles ___ B) Restaurantes___ C) Juegos Acuáticos___ D) Otro (Especifique)___

5.- ¿Con que frecuencia visita el dique 10?

A) Una vez al mes___ B) Cada fin de semana___ C) Cada 3 meses___

6.- ¿Qué tipo de ambiente prefiere en el dique 10?

A) Familiar___ B) Deportivo___ C) Descanso___ D) Otro (Especifique) ___

7.- ¿Qué tanto dinero estaría dispuesto a gastar en su visita al dique 10?

A) 200\$___ B) 500\$___ C) 1000\$___ D) Otra cantidad___

OCUPACIÓN: Profesionista___ Empleado___ Estudiante___ Ama de Casa___ Otro: _____

SEXO: Masculino _____

Femenino _____

EDAD: 15 a 20 _____

21 a 30 _____

31 a 40 _____

41 a 50 _____

51 o

más _____

Anexo 2

Proyecto Dique 10: El proyecto turístico dique 10 es un proyecto de turismo alternativo que tiene como principal objetivo incrementar el turismo en Cajeme y desarrollar su economía, el cual se encarga de ofrecerle al turista tanto internacional como nacional actividades recreativas y deportivas que harán disfrutar la estancia dentro del dique 10 con un ambiente familiar, amigos, deportivo, etc. También cuenta con otras funciones como lo son la protección de los recursos naturales, mantener equilibrio ecológico, no sobre explotación de los recursos etc. El proyecto dique 10 estará dividido en 4 etapas, el cual se dividirá el lago en 2 secciones, zona pública y zona privada. La primera etapa constara de un área pública de diversión donde se tendrán asadores y palapas y un parque acuático, en la segunda etapa se tendrá un área de RV de 250 espacios y 5 módulos de cabañas, la tercera etapa constara de otra área de RV con 250 espacios, un campo de golf de 9 hoyos y 180 casas alrededor del campo del golf, y para finalizar el proyecto con esta cuarta etapa se obtendrá un hotel con 100 cuartos, campo de golf con 18 hoyos y 5 módulos de cabañas. Estas etapas están proyectadas en áreas diferentes dentro del dique 10 el cual significa que el proyecto abarca todo el lago para poderse llevar a cabo como se tiene planeado.

Proyecto Turístico “Dique 10”

- 1.- ¿Considera el dique 10 un buen lugar para inversión de acuerdo a su ubicación geográfica y tipo de ambiente al que pertenece? ¿Por qué?
- 2.- ¿Como inversionista piensa que el dique 10 puede ser un lugar de turismo competitivo con otros lugares del mismo género? ¿Por qué?
- 3.- ¿Considera seguras las inversiones en este tipo de proyectos? ¿Por qué?
- 4.- ¿Cuanto estaría dispuesto a invertir en este proyecto?

SEXO: Masculino _____ Femenino _____
EDAD: 21 a 30 _____ 31 a 40 _____ 41 a 50 _____ 51 o más _____

¡Gracias!

Anexo 3

Visita a ejidatarios sobre proyecto turístico dique 10.



Presentacion de proyectos turisticos incluyendo dique 10 a camaras turisticas FONATUR Y COFETUR.

