



CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO

“ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD DE APERTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN UN ENTE ECONÓMICO VÍA VIRTUAL PRESTADOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE AVENTURA Y TURISMO ALTERNATIVO PARA EL ÁREA DE METEPEC, ESTADO DE MÉXICO EN EL PERIODO DEL 1 ENERO 2016 AL 20 DE NOVIEMBRE 2016”

TESINA

QUE PRESENTA:

ALAN GARCIA BERNAL

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:

LICENCIADO EN RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

DIRECTOR DE TESINA:

LAURA ELENA CASTORENA DE AVILA

Tenancingo, estado de México, 2017



Dedicatorias

A mi madre y mi hermana que son las que me acompañan siempre, las amo
gordas.



Agradecimientos

Principalmente a Dios por la oportunidad de darme la vida y estar en este momento, de segundo momento a mi madre quien siempre se preocupó todos los días de mi carrera, fue ella quien me dio todo el apoyo moral, espiritual, y financiero para lograr esto, te amo Mamá, que la vida te siga llenando de bendiciones buenas experiencias, espero poder regresar todo lo que haces por mi.

Agradecimiento sincero a mi padre que está en el cielo, esto es por ti padre y por tu tenacidad que me heredaste, gracias por estar conmigo en mis primeros 10 años de vida y mostrarme la simplicidad de la vida.

A mis hermanos Katia y Sergio por permitirme crecer con ustedes y pulirme con las peleas y triunfos como hermanos, a pesar de la distancia, siempre los llevo en mi corazón.

A mi novia, por acompañarme en estos últimos 3 años de universidad, gracias por la paciencia.

A mis profesores de la universidad quienes con su rigidez, conocimiento y humanismo me ayudaron a forjarme como profesional, mi admiración y respeto siempre para cada uno de ellos.

A mi universidad por permitirme llenar del conocimiento y humanismo que la caracteriza, sin duda la mejor de México



Introducción

El plan de negocios, es una recopilación escrita de las acciones, los recursos empleados y los resultados esperados de un negocio, organizados de tal manera que se anticipe el logro de los objetivos propuestos. Contiene el mapa de la ruta en la operación del negocio y los indicadores de medida del progreso a través del tiempo. El objetivo de un plan de negocio es desarrollar los aspectos más relevantes que permitan tomar la decisión de inversión y establecer los compromisos sobre los beneficios que se pueden obtener de la inversión a realizar; los que servirán además para evaluar y gerencia su operación futura.

Las empresas de hoy en día están implementando en sus estrategias de planes de negocio nuevas formas de marketing: el marketing digital. Pues éste está conformado por la integración y combinación de conceptos relacionados con el desarrollo de los grupos sociales, el cambio de mentalidad de las personas, debido a los cambios tecnológicos y a las nuevas facilidades de comunicación, que ayudan a las empresas a acceder a información esencial de sus clientes como sus gustos, preferencias y hasta sus disgustos o malas experiencias con los productos o servicios que les ofrecen las distintas empresas.

Según **Rosales (2010)** las estrategias de marketing están diseñadas para orientar a los gerentes a obtener productos y servicios para los consumidores y alentarlos a comprar, identifica las necesidades del cliente, fijan precios, especifican cuando, como y donde se venderán los productos y servicios que ofrecen.

Al mostrar este análisis detallado de cómo se comporta el mercado meta de Metepec, estado de México mediante la creación de un plan de negocios y con la implementación de una estrategia de mercadotecnia digital puede traer beneficios



a las pymes de servicios turísticos y alternativos en este caso “Ixtabiketours” nombre de la pyme de la cual se busca su viabilidad mediante el presente documento.

Solís (2010) menciona que las redes sociales han transformado el régimen y las prácticas mercadológicas, específicamente hacia las personas, en una oportunidad de que las empresas puedan compenetrarse e interactuar con los usuarios bajo las reglas de estos últimos. Esta transformación se está manifestando como una obsesión para el manejo de marcas, la publicidad y el marketing viral por parte de muchas empresas.

Según **Rosales (2010)**, las pymes que implementan una mercadotecnia digital dentro de sus planes de negocio, tendrán más oportunidad de captar posibles nuevos clientes y fidelizar los ya existentes, así mismo, este puede ser un medio de publicidad de boca en boca, ya que los clientes satisfechos los recomendarán a través de sus redes sociales, llegando así a más posibles clientes.



TABLA DE CONTENIDO DE TESINA

CAPITULO I OBJETO DE ESTUDIO DE LA INVESTIGACION

1.1.	Planteamiento del problema	12
1.2.	Objetivos	14
1.2.1	Objetivo general.....	14
1.2.2	Objetivos específicos	14
1.3.	Justificación.....	14
1.4.	Hipótesis.....	16
1.4.1	Hipótesis de Investigación (HI):	16
1.4.2	Hipótesis Nula (Ho):.....	16
1.5.	Variables de la investigación	16
1.5.1	Variable independiente	16
1.5.2	Variable dependiente	16
1.6.	Metodología de la Investigación.....	17
1.6.1	Enfoque de la investigación	17
1.6.2	Universo y muestra de la investigación.....	17
1.6.3	Criterios de segmentación	18
1.6.4	Determinación de la muestra a estudiar	19
1.7.	Tipo y diseño de investigación	21
1.7.1	Técnicas de recolección de datos.....	21
1.7.2	Instrumento de recolección de datos	22



CAPITULO II MARCO TEORICO Y REFERENCIAL DE LA INVESTIGACION

2.1.	Administración	24
2.2.	Características de la administración	24
2.3.	Proceso Administrativo	25
2.4.	Etapas del proceso administrativo	26
2.4.1.	Planificación.....	26
2.4.2.	Organización.....	26
2.4.3.	Dirección.....	26
2.4.4.	Control	26
2.5.	Plan de Negocios.....	27
2.5.1.	¿Por qué se debe elaborar un plan de negocios?	27
2.6.	Contenido de un plan de negocios.....	27

CAPITULO III GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE METEPEC, ESTADO DE MEXICO

3.1.	Historia del municipio de Metepec, estado de México	30
3.2.	Localización Geográfica.....	30
3.3.	Población del municipio de Metepec, estado de México.....	31
3.4.	Actividades económicas.....	31

CAPITULO IX PLAN DE NEGOCIOS DE IXTABIKETOURS

4.1.	Introducción al plan de negocios.....	33
4.2.	Información general de la empresa.....	34
4.3.	Resumen Ejecutivo del plan de negocios	35
4.4.	Descripción del Negocio	36

Estudio de mercado



4.5.1.Segmento a atacar.....	38
4.5.2.Lista de clientes existentes y potenciales	38
4.5.3.Perfil del cliente potencial	39
4.5.4.Competencia.....	40
4.6. Análisis FODA.....	41
4.6.1.Alternativas del FODA	42
4.7. Estado actual del producto o servicio	42
4.8. Diagrama de proceso de producción	82
4.9. Estrategia de ventas	83
4.9.1.Programas de descuento	83
4.9.2.Comisiones a distribuidores del servicio	83
4.10.Canales de comunicación	84
4.10.1. Facebook	84
4.10.2.Instagram.....	87
4.10.3 WhatsApp	90
4.10.4.Twitter	91
4.10. Política de precios.....	92
4.11. Utilidades de las expediciones.....	92
Estudio organizacional _Toc485816366	
4.12. Objetivos como empresa	97
4.13. Historia de la compañía	97
4.14. Misión de la empresa	98
4.15. Visión de la empresa	98
4.16. Valores de la empresa	99
4.17. Propuesta de valor	99



4.18.	Estructura legal de la empresa	100
4.19.	Organigrama de la empresa	102
4.19.1.	Director	103
4.19.2.	Área de promoción, publicidad y comunicación	104
4.19.3.	Guías eventuales	105
4.19.4.	Staff (Eventuales)	106
4.20.	Captación de personal	107
4.21.	Administración de sueldos y salarios	107
Estudio técnico		
4.22.	Capacidad Instalada	108
4.23.	Estado actual de las instalaciones, maquinaria y fuerza de trabajo de la empresa109
4.24.	Maquinaria y equipo requerido.....	110
4.25.	Estrategias de trabajo	126
4.25.1.	Asociación con prestadores de servicios (Networking)	126
4.25.2.	Recursos clave que obtenemos de nuestras alianzas	126
4.25.3.	Recursos clave del modelo de negocio	129
4.26.	¿Cómo llevará Ixtabiketours a la rentabilidad?	130
4.26.1	Estrategias de Mercadotecnia	130
4.26.2.	Estrategias de recursos humanos.....	130
4.26.3.	Estrategias de Finanzas	131
4.26.4.	Estrategias de operaciones	131
4.27.	Tácticas para llevar a cabo las estrategias	132
4.28.	Capital financiero requerido	133



Estudio financiero

4.29.	Objetivos del estudio financiero	134
4.30.	Flujo de Efectivo	134
4.31.	Estado de Resultados	135
4.32.	Balance General	136
4.33.	Flujo de efectivo estimado al primer año.....	137
4.33.1.	Entradas de efectivo	137
4.33.2.	Salidas de efectivo	141
4.34.	Flujo de efectivo.....	147
4.35.	Estado de resultados	148
4.36.	Balance general.....	149

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.....	150
Recomendaciones.....	156

ANEXOS

Anexo #1 : Modelo de recolección de datos (Encuesta)	157
--	-----

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Referencias bibliográficas	161
----------------------------------	-----

REFERENCIAS ELECTRONICAS

Referencias electrónicas.....	162
-------------------------------	-----



CAPITULO I

El objeto de la investigación



1.1. Planteamiento del problema

Hoy en día, los micros y medianas empresas han tenido un impacto muy importante en la economía del país, ya que son parte fundamental de la economía. Es por eso que cuando no se les pone la atención adecuada a las MIPYMES, muchas cierran o se van a la quiebra, afectando de manera directa a la sociedad, por falta de conocimientos técnicos, financieros, contables, de mercadotecnia y administración de los dueños de estos entes económicos.

Según **Venegas et al, (2008)** En México como en muchos países de América latina y Asia, las denominadas pequeñas y medianas empresas o PYMES, conforman la inmensa mayoría del universo empresarial en el mundo, en México se tiene la cifra de que en el año 2006 más de 4 millones de empresas, (Productores agrícolas, ganaderos, agricultores, mineros, artesanos, comercios, servicios turísticos y culturales) de las cuales el 97% eran microempresas, el 2.7% pequeñas empresas, 0.2% medianas y solo el 0.1% eran grandes empresas.

México cuenta con una gran masa de PYMES, las cuales son algunas de las bases que sustentan la economía en este país y si no insertan las PYMES la creación de un “Plan de negocios” para marcar la guía a seguir como empresa, podría perjudicar de manera importante la economía del país y un desbalance en el entorno social por falta de empleos.

Según **Rosales (2010)** el entorno cambia muy rápido y las nuevas tecnologías cada vez influyen más en la gestión de las empresas. Todas las organizaciones necesitan tener claro cuál es la razón de ser de su empresa en el actual atención en el mercado globalizado y adónde quiere llegar, cuándo, cómo y con qué recursos técnicos, humanos y económicos lograrlo.

Metepec, estado de México es un lugar en donde radica una cantidad importante de ciclistas, y corredores de montaña, pero existe inseguridad y pocas montañas



alrededor, por lo que surge la necesidad de una empresa que ofrezca servicios vía virtual de recreación en montaña (ciclismo de montaña, senderismo y camping).

Según **Koontz (2012)** es importante resaltar que México cuenta 33 Millones de usuarios registrados en Facebook. De este número el 19% se encuentra concentrado en el estado de México representando 6.2 millones de usuarios navegando en Facebook.

La cifra representa un mercado importante, y si “Ixtabiketours” pretende competir en el mercado y no implementa estrategias, estará perdiendo la posibilidad de acceder a estos 6.2 millones de usuarios que navegan en Facebook pertenecientes al estado de México en el día a día, en esta red social.

La falta de conocimiento y aplicación de estrategias del uso mercadotecnia digital y la falta de conciencia para llevar a cabo esta acción, frenan el desarrollo de las PYMES, ya que las personas dueñas de estos micro negocios no creen que éstas simples herramientas puedan traerle beneficios a sus pequeñas y medianas empresas.

“Ixtabiketours es una empresa que se creó en el año 2013 iniciando actividades de tours turísticos en las montañas de Ixtapan de la Sal, sin embargo, no ha tenido el crecimiento esperado, debido a que solo se ha enfocado al mercado local, dejando a un lado a mercados tan importantes como lo es Metepec y sus alrededores, tanto por falta de un plan de negocios que guíe los pasos a seguir dentro de “Ixtabiketours” como empresa para su desarrollo, tanto como por falta de capital para invertir en el proyecto, aunado todo lo anterior, “Ixtabiketours” ha ido sobreviviendo en el mercado con los pocos recursos escasos con los que cuenta y ha desarrollado una buena masa de clientes articulado con diversas estrategias de mercadotecnia digital para mantener un contacto más directo con el cliente.



1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Realizar un plan de negocios para determinar la viabilidad para la apertura de una PYME virtual de servicios (Expediciones de ciclismo, senderismo y camping) para vender dichos servicios a personas que residen en el área de Metepec, Estado de México, en periodo de 1 Enero 2016 al 31 de Junio 2017.

1.2.2 Objetivos específicos

- Elaborar un estudio de mercado para determinar las necesidades del usuario, con el fin de desarrollar las estrategias a implementar.
- Desarrollar un estudio técnico que permita determinar los requerimientos de equipo, instalaciones y ubicación de la empresa, con el objetivo de mejorar los recursos y procesos.
- Determinar los recursos humanos necesarios para la creación de la empresa, mediante un estudio organizacional, para determinar los requisitos a cumplir de cada puesto.
- Recopilar la información suficiente para determinar los recursos financieros necesarios y así determinar la viabilidad económica del proyecto.

1.3. Justificación

Las MIPYMES son una parte esencial de la economía del país, se necesita tener las bases teóricas y prácticas para poder crear una microempresa, y ésta pueda



sobresalir dentro del mercado y hacer frente a la competencia, para así obtener utilidades.

Se desarrollará un plan de negocios para la creación de una empresa prestadora de servicios de turismo alternativo y expediciones de aventura en Ixtapan de la Sal, estado de México para vender dichos servicios vía virtual en el área de Metepec, Estado de México.

Las redes sociales permiten que los públicos tengan un contacto más cercano con la empresa, de tal forma que puedan expresar sus inconformidades y lo que esperan de ésta, sin necesidad de trasladarse de lugar. La respuesta inmediata que puede el consumidor recibir de la empresa, logra no solo fidelizar al cliente, sino también brindar a la clientela la seguridad de que está siendo escuchado activamente.

Así mismo, se pretende crear propuestas, mediante el desarrollo de un plan de negocios, en sincronización con las estrategias de mercadotecnia digital necesarias para que sea un éxito y el proyecto logre concretar los objetivos marcados.

Según **Rosales (2010)**, las redes sociales tienen el potencial para atraer y mantener la atención de un cierto grupo demográfico y muestra que su utilización ofrece los siguientes beneficios:

Ñ **Publicidad accesible:** No hay necesidad de un gran presupuesto para llevar a cabo una estrategia con Redes Sociales.

Ñ **Naturaleza viral:** Los usuarios pueden compartir fácilmente sus mensajes con el simple clic de un botón y generar una cadena de publicidad entre su red de contactos.

Ñ **Mejorar la marca:** A través de los medios de las redes sociales se puede construir y mejorar su reputación online y atención al cliente.



Ñ **Construir credibilidad:** El usuario genera mayor credibilidad a través de las redes sociales que la publicidad tradicional.

Ñ **Aumentar el tráfico:** Una estrategia social bien planificada de Redes Sociales atrae más tráfico a su sitio web.

De igual manera, se desarrollara un estudio de mercado, para identificar las necesidades a de los clientes y la implementación de estrategias para satisfacerlas. El estudio técnico permitirá determinar el equipo necesario para el funcionamiento de la empresa, y por último, el estudio financiero, el cual permitirá determinar la viabilidad del proyecto, haciendo uso de herramientas como indicadores financieros para marcar el rumbo a seguir como empresa.

Así mismo “Ixtabiketours” tendrá la oportunidad de tener una imagen clara de las estrategias de mercadotecnia que Ixtabiketours deberá seguir, por ende mejorará la imagen corporativa y aumento del valor de los servicios que ofrece.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis de Investigación (HI): Un plan de negocios permitirá determinar la viabilidad de apertura de una de servicios turísticos de aventura y turismo alternativo en Ixtapan de la Sal, estado de México

1.4.2. Hipótesis Nula (Ho): Un plan de negocios no permitirá determinar la viabilidad de apertura de una empresa de servicios turísticos de aventura y turismo alternativo en Ixtapan de la Sal, estado de México.

1.5. Variables de la investigación

1.5.1. Variable independiente

Plan de negocios

1.5.2. Variable dependiente



Viabilidad de apertura de Ixtabiketours (PYME de servicios de expediciones de ciclismo de montaña, senderismo y camping.

1.6. Metodología de la Investigación

1.6.1. Enfoque de la investigación

El enfoque de ésta investigación es cuantitativo-descriptivo, y la recopilación de los datos será de campo con algunos instrumentos como encuestas aplicadas a personas de Metepec, estado de México, todo esto con el objetivo de conocer el panorama real del mercado de “Metepec, estado de México” tomando como método de muestreo simple donde se seleccionaran al azar algunos posibles clientes de Metepec, estado de México, según la delimitación de la muestra por medio de un muestreo probabilístico simple para analizar así sus necesidades.

1.6.2. Universo y muestra de la investigación

El proyecto se dirigirá a la población del municipio de Metepec, Estado de México, que consta de 227, 827 personas estimadas al 2015 según el portal de Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI) abarcará a personas de 25 a 50 años de edad, de sexo indistinto, que es un total según el rango de edad es de 83,514 personas.



1.6.3. Criterios de segmentación

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN.	
GEOGRAFICOS	
Región	Ciudad de Metepec, estado de México.
Tamaño de la ciudad	227, 827 personas según (INEGI) al año 2015.
Tipo de área	Zona urbana.
Clima	Mucho frio, y lluvias impredecibles.
Ingreso promedio	+ de \$10,000 pesos mensuales.
Edad	25 años – 50 años.
Genero	Masculino y femenino.
Ciclo de vida familiar	Casados (sin hijos) y Solteros.
Clase social	Media, media-alta y alta.
Escolaridad	Universidad terminada.
Ocupación	Oficinista, profesionistas.
Nacionalidad	Mexicana.
PSICOLOGICOS	
Personalidad	Ambiciosos (as) , optimistas , aventureros (as), amantes de la cultura, gran capacidad de asombro ante los panoramas naturales, amantes de los retos físicos al aire libre.
Estilo de vida	Amantes del ciclismo de montaña, las veredas, mucho trabajo de oficina, mucho estrés por la ciudad, pocas montañas seguras y de nivel a sus alrededores, activos en redes sociales.
Valores	Hermandad, humildad, respeto.
CONDUCTUALES	
Beneficios deseados	Guía en montañas ya sea para corredores a pie o ciclistas de montaña.
Tasa de uso	12 veces al año. (Promedio)



1.6.4. Determinación de la muestra a estudiar

RANGO DE EDAD	TOTAL DE PERSONAS	HOMBRES	MUJERES
25-29 años	19,466	9,504	9,962
30-34 años	17,098	8,326	8,772
35-39 años	16,903	7,651	9,252
40-44 años	16,580	7,479	9,101
45-49 años	13,467	6,177	7,290

83,514	39,137	44,377
--------	--------	--------

Fuente: Elaboración propia con información de estadísticas de página web de INEGI.

$$N = \frac{z(2)pqn}{Ne(2) + z(2)pq}$$

$$N = \frac{(1.96)^2 (.50) (.50) (85,314)}{(85,314)(.0025) + (1.96)^2 (.50)(.50)}$$

$$N = \frac{(3.84)(.25)(85,314)}{(85,314)(.0025) + (3.84)(.25)}$$

$N = \frac{81901}{214.245} = 382$ Encuestas se tienen que aplicar para que la investigación sea representativa.

Donde N= Es la muestra de la población.

población = (83,514)

Donde Q = (1 – p) = 0.5

Donde P = Es la probabilidad de que ocurra un evento = (0.5)

Donde e = Es el Error máximo.

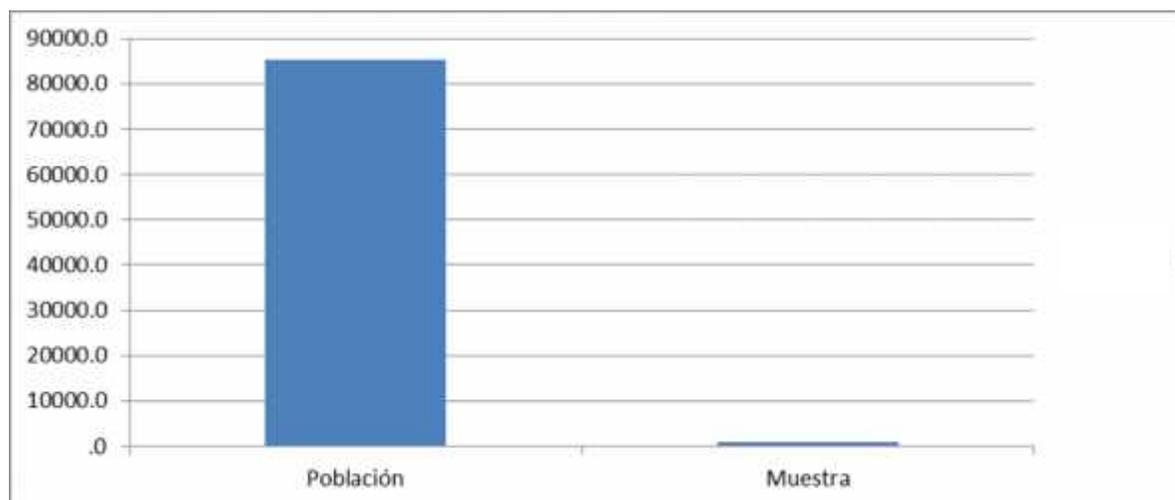
Donde n = Es el tamaño de la

Donde Z = 1.96 (Ya que el nivel de confianza es del 95%)



Fuente: Elaboración propia con información y estadísticas de población de página oficial de INEGI.

Como se puede observar en el gráfico, la mayor parte de personas que podrían ser nuestro mercado meta óptimo, son las personas de 25-29 años de edad, que son personas de este rango de edad que radican en Metepec, estado de México.



Fuente: Elaboración propia con información y estadísticas de población del INEGI.

Valor total del universo: 227, 827 personas según (INEGI) al año 2015.

Valor total del segmento a atacar: 83,514 personas de entre 25-49 años del área de Metepec, estado de México, mujeres y hombres.

Valor total de la muestra: 382 encuestas para darle validez a la información recabada y sea representativa.



1.7. Tipo y diseño de investigación

Tipo: Descriptiva

La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Será descriptiva, ya que describirán los hechos tal como son observados. Se conocerán las situaciones predominantes a través de representaciones exactas de las acciones que se realizarán.

Diseño: No experimental transversal.

La investigación se llevará a cabo en un único momento, debido a que se pretende realizar un estudio, así como descripción de los elementos, hechos y factores que influyen a la creación del plan de negocios.

Según **Batthyány (2011)** la investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

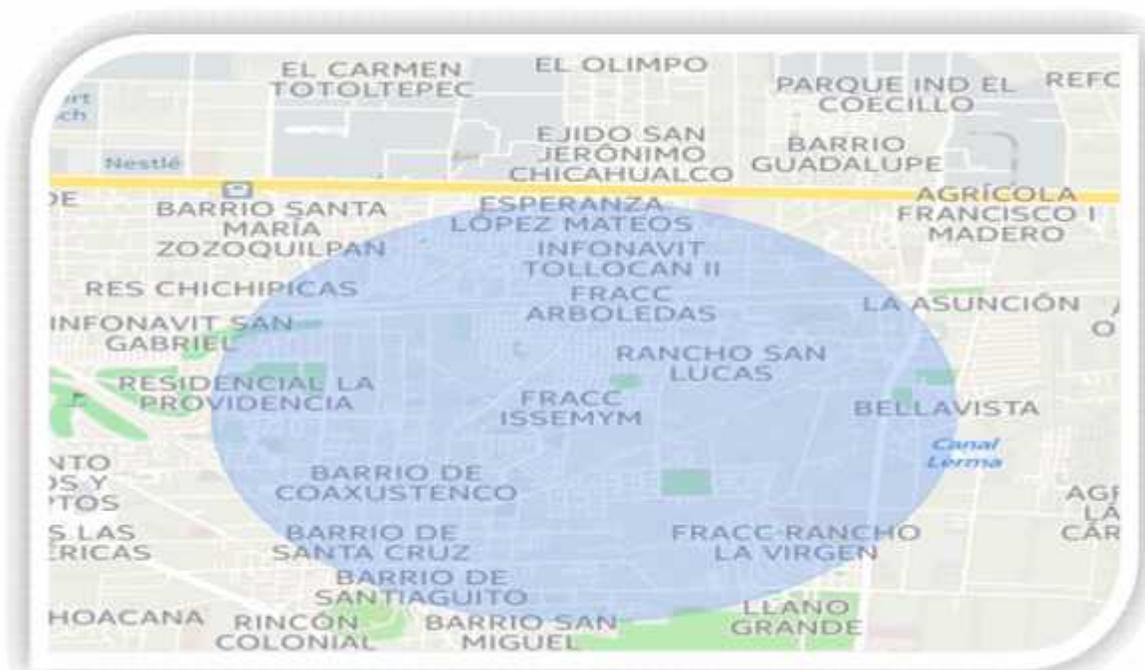
1.7.1. Técnicas de recolección de datos

La técnica que utilizaremos serán de fuentes primarias para la recolección de datos, está será por medio de una encuesta semiestructurada, con 16 reactivos, abiertos y cerrados con variables cualitativas y cuantitativas que se aplicarán a una muestra determinada de 382 personas, que fue determinada por un muestreo



probabilístico simple para aplicar en el área de Metepec, estado de México.

Para una mejor comprensión del área donde se van a aplicar las herramientas de recolección de datos primarias, se añade un mapa sombreado de las áreas donde se pretende realizar el levantamiento de datos.



Fuente: Elaboración propia con herramienta de Google earth. (Área donde se aplicarán encuestas)

1.7.2. Instrumento de recolección de datos

Dicho instrumento de recolección de datos fue primaria, con una encuesta de 16 reactivos de los cuales fueron 15 cerrados y 1 reactivo abierto para conocer una diversidad de variables acerca de nuestros posibles clientes potenciales, dicho formato de encuesta viene en la sección de anexos con el nombre de

(Anexo #1 Modelo de encuesta)



CAPITULO II

Marco teórico



2.1. Administración

Según **Chiavenato (2001)** la administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales

2.2. Características de la administración

Chiavenato (2001) menciona que la administración tiene las siguientes características:

Universalidad

El fenómeno administrativo surge donde quiera que exista un organismo social, debido a la existencia de la coordinación sistémica de medios y es el proceso global de toma de decisiones orientado a conseguir los objetivos mediante la planificación, organización, mando y control. La administración es imprescindible para el adecuado funcionamiento de cualquier actividad.

Especificidad

El fenómeno administrativo es específico y distinto a cualquier otro al poseer características propias que no permiten confundirlo con otras ciencias o técnicas.

Simplificación del trabajo

Simplifica el trabajo y el cumplimiento de los objetivos trazados para realizar cualquier actividad al establecer principios, métodos y procedimientos para lograr mayor rapidez y efectividad.



Productividad y eficiencia

La productividad y eficiencia de cualquier actividad está en relación directa con la aplicación de una buena administración encaminada al logro de objetivos preestablecidos.

Flexibilidad

Los principios y funciones administrativas se adaptan a cualquier actividad con objetivos definidos.

2.3. Proceso Administrativo

El Proceso Administrativo, es la interrelación de funciones con un fin y plazo determinado para un óptimo uso de recursos, ya sean humanos, materiales, financieros, tecnológicos, entre otros.

Las funciones o etapas de las que consta el proceso administrativo según **Chiavenato (2001)** son 4.

Planear
Organizar
Dirigir
Controlar



2.4. Etapas del proceso administrativo

2.4.1. Planificación

Consiste básicamente en elegir y fijar las misiones y objetivos de la organización. Después, determinar las políticas, proyectos, programas, procedimientos, métodos, presupuestos, normas y estrategias necesarias para alcanzarlos, incluyendo además la toma de decisiones al tener que escoger entre diversos cursos de acción futuros. En pocas palabras, es decidir con anticipación lo que se quiere lograr en el futuro y el cómo se lo va a lograr.

2.4.2. Organización

Consiste en determinar qué tareas hay que hacer, quién las hace, cómo se agrupan, quién rinde cuentas a quién y dónde se toman las decisiones.

2.4.3. Dirección

Es el hecho de influir en los individuos para que contribuyan a favor del cumplimiento de las metas organizacionales y grupales; por lo tanto, tiene que ver fundamentalmente con el aspecto interpersonal de la administración.

2.4.4. Control

Consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para garantizar que los hechos se apeguen a los planes. Implica la medición del desempeño con base en metas y planes, la detección de desviaciones respecto de las normas y la contribución a la corrección de éstas.



2.5. Plan de Negocios

El plan de negocios es un documento escrito que incluye básicamente los objetivos de tu empresa, las estrategias para conseguirlos, la estructura organizacional, el monto de inversión que requieres para financiar tu proyecto y soluciones para resolver problemas futuros (tanto internos como del entorno).

2.5.1. ¿Por qué se debe elaborar un plan de negocios?

Un plan de negocio además de ayudar al emprendedor/a a definir su idea, es la tarjeta de presentación para obtener financiación bancaria o financiación a través de inversores/as y/o socios/as.

2.6. Contenido de un plan de negocios

Estudio de mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados

Según **(Kotler y Armstrong, 2008)**

Estudio técnico

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o



servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

según **(Chiavenato, 2001)**

Estudio organizacional

El estudio organizacional y administrativo del proyecto considera la planeación e implementación de una estructura organizacional para la empresa o negocio, egresos de inversión y operación en la organización, estudio legal, aspectos comerciales, aspectos técnicos, aspectos laborales, aspectos tributarios y contratación.

Se determinan las jerarquías y responsabilidades organizacionales, a través del organigrama del negocio, y analiza aspectos legales en cuanto al tipo de sociedad que se va a implementar y cuál es la normativa que debe cumplir el negocio acorde al giro de la misma según **(Chiavenato, 2001)**

Estudio financiero

El estudio financiero tiene como objetivos principales el conocer la inversión o financiamiento necesario para el negocio, determinar los ingresos esperados, la tasa interna de rendimiento y de retorno de la inversión, así como el tiempo requerido para alcanzar el punto de equilibrio según **(Dávila, 2009)**



CAPÍTULO III

Generalidades del municipio de Metepec, estado de México



3.1. Historia del municipio de Metepec, estado de México

Los pobladores más antiguos fueron los Matlatzincas y los Otomíes, posteriormente llegaron los mazahuas y los acolhuas. A este valle se le denominaba antes de la conquista como Valle de Matlazinco.

3.2. Localización Geográfica

El Municipio de Metepec, colinda al Norte y al Oeste con el Municipio de Toluca; al sur con los municipios de Calimaya, Mexicaltzingo y Chapultepec, al este con Santiago Tianguistenco y San Mateo Atenco.

El municipio de Metepec, para su organización territorial, está integrado por: 6 barrios, 11 pueblos, 4 colonias agrícolas, 13 colonias urbanas, 22 fraccionamientos, 5 fraccionamientos residenciales, 189 condominios, 33 condominios residenciales, 5 conjuntos urbanos y 7 unidades habitacionales.

Metepec se divide en 3 partes las cuales son:

La zona residencial y financiera que ocupa el norte y oriente del municipio con fraccionamientos de primer nivel comparables con los suburbios más exclusivos del país, además de ser una gran zona financiera.



2.- La zona tradicional es la parte central que alberga los centros turísticos, parroquias, y comercios pero ya con gran presencia de fraccionamientos residenciales que se imponen con algunas colonias populares.

3.- La zona sur es probablemente la nueva zona residencial ya que está conectada por vías rápidas a la ciudad de México y la zona turística de Ixtapan y Taxco. La industria inmobiliaria empieza a detonar esta zona que ya cuenta con hotel cinco estrellas y varios fraccionamientos de tipo campestres.

3.3. Población del municipio de Metepec, estado de México

La población del municipio aproximada para el año 2010 era de 214 162 habitantes, de los cuales 103,059 eran hombres y 111,103 mujeres del total de la población el 40% es originario de esta zona, mientras un 30% proceden de la Ciudad de México y un 30% son de descendencia extranjera en su mayoría argentinos y españoles. Metepec es el segundo municipio del Estado con más extranjeros después de Huixquilucan (Interlomas-La Herradura) con aproximadamente 80,000 extranjeros para 2007.

3.4. Actividades económicas

La principal actividad económica es la industria, en gran parte de capital extranjero. En segundo lugar se ubica el turismo y la exportación de artesanías. La mayor parte del municipio depende de la capital del Estado para el abastecimiento eléctrico, y en ciertas zonas, para el suministro de agua. Aunque esto cada vez es menos frecuente ya que los grandes fraccionamientos proponen medidas diferentes, agregando que los habitantes de Metepec tienen mayor poder adquisitivo en comparación con la capital Mexiquense.

Metepec tiene un PIB cercano a los 4,700 Millones de Dólares (2,000 millones de Euros) que son fruto de la inversión extranjera y de una actividad económica cada vez más pujante. El PIB Per Cápita es alto comparado con el del País e inclusive su ciudad vecina y capital del estado: Toluca. \$USD 19,265 PIB Per cápita.



CAPÍTULO IV

Plan de negocios (Contenido de la investigación)



4.1. Introducción al plan de negocios

Tesis profesional presentada por Alan García Bernal, del centro universitario UAEM Tenancingo con matrícula escolar 1127079 para obtener el título de licenciado en relaciones económicas internacionales.

El siguiente proyecto, es llamado “Ixtabiketours” el cual consiste en la creación de un plan de negocios para iniciar un ente económico en materia de servicios turísticos alternativos, que ofrecerá servicios principalmente en el área de Ixtapan de la Sal, estado de México y sus alrededores, promoviendo expediciones en lugares naturales de (Ciclismo de montaña, senderismo y campismo), es importante señalar que los lugares donde se desarrollan dichas expediciones son seguras, lo cual le da un valor agregado a nuestro servicio de montañismo.

Cabe señalar que todas nuestras expediciones han sido desarrolladas por su servidor Alan García Bernal a lo largo de mis estudios universitarios, donde logré aprender herramientas de Administración, contabilidad, mercadotecnia y ventas, con las cuales pude tener una visión más clara de lo que pretendía este proyecto y logré materializar dicha idea en este documento.

El proyecto de manera indirecta ayuda a promover la activación física de las personas que asisten a tomar alguna expedición con nosotros, así como un beneficio para las personas de las comunidades donde se desarrollan nuestras expediciones pues normalmente estas actividades de montañismo se desarrollan en lugares muy retirados de las poblaciones, donde la marginalidad se ve marcada en las pocas familias que residen en esos recónditos lugares, siempre buscamos apoyar con despensas y ropa que recabamos con nuestros mismo clientes.

Todo buen emprendedor sabe que un plan de negocios siempre debe mostrar la viabilidad económica, social, técnica y ambiental de un nuevo negocio. Esto puede ser, tanto para una empresa en marcha, como para la creación de una nueva empresa.



4.2. Información general de la empresa

Nombre de la empresa: Ixtabiketours

Giro: Servicios de turismo alternativo.

Fecha: 05 Agosto 2016



Dirección: Ixtapan de la Sal, estado de México.

Código postal: 51900

Código fiscal: GABA9401065X6

Número de Teléfono: 55-45-57-55-32

Correo electrónico: alangarciabernal@yahoo.com.mx



4.3. Resumen Ejecutivo del plan de negocios

Actualmente la bicicleta se ha posicionado en las ciudades más grandes del mundo como un medio de transporte ecológico y eficiente, para trasladarse en distancias cortas, esto ha generado que las personas de la ciudad se interesen en montar fuera del asfalto, es decir en la montaña, según nuestro estudio en los siguientes lugares:

- 1) Metepec, estado de México.
- 2) Toluca, estado de México. (Colonia Centro)
- 3) Ciudad de México (Colonia Roma, Colonia Condesa, Bosques de Chapultepec, colonia Cuauhtémoc, colonia Polanco)

La población se ha concientizado acerca de 2 cosas, la primera ya es incluyente en las formas en que se transporta en la ciudad para cuidar el medio ambiente y reducir la emisión de gases contaminantes utilizando la bicicleta como medio de transporte, la segunda es que también es consciente en las formas de cuidar su salud y optar por utilizar la bicicleta como deporte y recreación para mantener una buena condición física y mental.

Con esta tendencia creciente del ciclismo en las áreas ya mencionadas, la delincuencia ha crecido también a la par e impactado de manera negativa en estas áreas, ya que las personas que optan por ir a practicar deporte a las pocas montañas que tienen a su alrededor, son víctimas de frecuentes asaltos y despojo de pertenencias y bicicletas en las montañas de estos lugares, es allí donde "Ixtabiketours" encontró una oportunidad, al diseñar rutas y expediciones seguras de montaña tanto para familias, corredores, campistas y principalmente ciclistas de montaña en el área de:

- | | | |
|---|-------------------------------------|---|
| 1.- Ixtapan de la Sal,
Estado de México.
(Principalmente) | 3.- Zacualpan, estado
de México. | 5.- Grutas de
Cacahuamilpa,
Guerrero. |
| 2.- Tonalico, estado de
México | 4.- Taxco de Alarcón,
Guerrero. | 6.- Coatlan del rio,
Morelos. |

Ixtabiketours trabaja en ofrecer a los clientes una relación directa con su entorno natural por medio de expediciones guiadas de montaña en senderos y paisajes naturales inigualables con los más elevados estándares de calidad y seguridad, buscamos combinar los 4 factores importantes de nuestras expediciones que son: aventura, cultura, gastronomía y descanso de cada uno de los lugares, buscamos concientizar a las personas de que la tierra es de nosotros y es nuestra responsabilidad preservarla para futuras generaciones fomentando el uso de la bicicleta y cultura ambiental y creando lazos sociales de las personas que vienen del pueblo con las personas que viven en estas poblaciones montañosas.



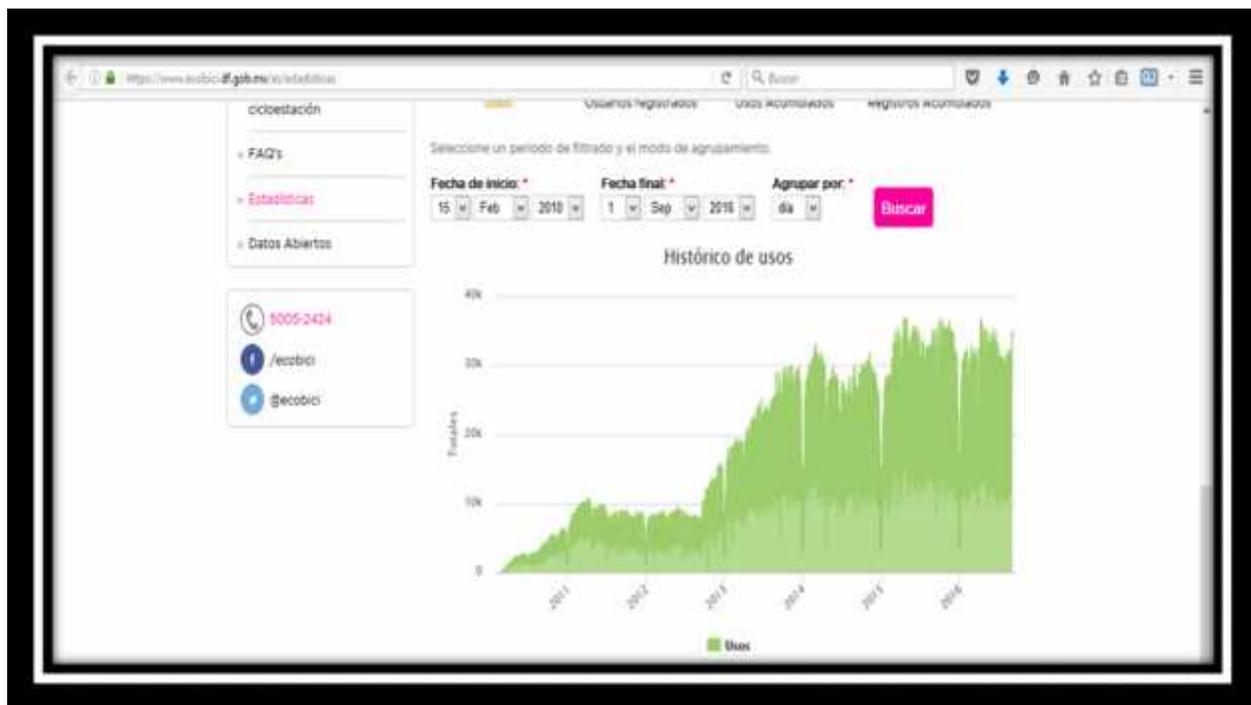
Trabajamos con prestadores de servicios de aventura, hospedaje, alimentación y las combinamos con nuestro conocimiento de rutas en montaña para armar paquetes atractivos para los turistas, generando así utilidades para “Ixtabiketours”. Palabras clave: **Ciclismo de montaña, mercadotecnia digital, redes sociales.**

4.4. Descripción del Negocio

El uso de la bicicleta es hoy distinto al uso que tuvo el siglo pasado cuando la utilizaba preferentemente la clase de menos ingresos para llegar a su trabajo y su vivienda. Utilizarla como medio de transporte era una marca de inferioridad para quien la usaba. Incluso ciertos sectores sociales llegaron a afirmar que México era “un pueblo ciclero”.

Ahora la utilizan los diferentes estatus sociales y es la versatilidad lo que la posiciona como opción ventajosa a la hora de servir como medio de transporte que compite con el coche particular o el sistema de transporte público. El hecho de ocupar menos espacio, de poder estacionarse fácilmente y no generar una inversión elevada para su cuidado, son las cualidades que atraen a sus usuarios.

Desde el año 2011 según las estadísticas del programa (Eco-bici) implementado en la ciudad de México, la tendencia del uso de la bicicleta va en aumento, la siguiente grafica nos muestra el crecimiento en los usos de las bicicletas de este programa mostrándonos en su punto más alto con 33mil usos de eco-bicis en un día.





Fuente: <https://www.ecobici.df.gob.mx/es/estadisticas> Según la revista Forbes en un artículo publicado en internet, la venta de bicicleta en México ha aumentado en un 60% con respecto al 2015, lo cual refleja un buen panorama de crecimiento en la industria de la producción y uso de la bicicleta por parte de la población, lo cual genera un panorama favorable para nuestra empresa de servicios de expediciones de montaña.

Fuente: <http://www.forbes.com.mx/crece-60-la-venta-de-bicicletas-en-mexico/>

Con base en la información anteriormente descrita de manera breve, nos podemos dar cuenta que nuestra empresa cuenta con buena oportunidad de crecimiento a largo plazo, pues las tendencias en las grandes ciudades sobre el uso de la bicicleta como medio de transporte y un medio para visitar rincones naturales sobre 2 ruedas en los comportamientos de las personas de los segmentos de posibles clientes ya descritos.

Ixtabiketours, como ya lo hemos comentado anteriormente, busca promover los rincones naturales de algunas comunidades del estado de México, Guerrero y Morelos, promoviendo expediciones en montaña como de ciclismo y senderismo, así mismo campismo en algunos lugares, todo en montañas 100% seguras, uno de nuestros objetivos es llevar gente de las zonas urbanas a zonas rurales y concientizar masas acerca del cuidado del medio ambiente y sus zonas naturales.

Algunas de nuestras actividades que realizamos para sobrellevar el negocio son, las relaciones públicas con prestadores de servicios como, hoteles, restaurants, deportes de aventura, transportistas, y artesanos con los cuales se convienen tasas preferenciales en los precios de sus servicios para armar paquetes ecoturísticos atractivos y de calidad a precio justo siempre buscando una utilidad para "Ixtabiketours".

Nuestros servicios están diseñados para personas de todos los niveles, desde personas que inician en el ciclismo hasta las personas que lo practican de manera competitiva, con la libertad de que cada uno podrá elegir la ruta o expedición que más le convenga acorde a sus condiciones físicas y técnicas sobre la bicicleta.



4.5. Estudio de mercado

4.5.1. Segmento a atacar

Ixtabiketours pretende iniciar a corto y mediano plazo atacar a los siguientes segmentos los cuales son descritos con algunas rubricas importantes para dar una idea más detallada de cada uno de los segmentos.

El primer segmento a estudiar para fines de esta investigación es el segmento que se ubica en "Meteppec, estado de México, se pretende ir expandiendo cada año a un nuevo segmento de los enlistados en la siguiente tabla, para esta investigación en específico se experimentará con muestras de nuestro segmento de "Meteppec, estado de México"

Número de segmento	Demografía	Tamaño del segmento (Personas de 25-49 años)
1	Meteppec, estado de México	83,514
2	Delegación Álvaro Obregón, ciudad de México	749 982
3	Delegación Cuauhtémoc, ciudad de México.	532 553

Fuente: Elaboración propia con base en estadísticas de INEGI y su página oficial de internet.

4.5.2. Lista de clientes existentes y potenciales

Actualmente Ixtabiketours lleva 3 años en operación donde ha hecho una diversidad de recorridos de ciclismo de montaña, y como consecuencia se ha obtenido una lista real considerable de clientes que han acudido a comprar con nosotros, tenemos una base de datos de clientes actuales en donde se alcanzaron a rescatar rubros como:

- 1.-Nombre
- 2.-Lugar
- 3.-Link de Facebook



4.5.3. Perfil del cliente potencial

Estas personas no tienen cerca algún lugar para practicar ciclismo de montaña ya sea por cuestiones de seguridad (Asaltos en las montañas) o distancias largas que hay que recorrer para acceder a un cerro seguro, estas personas son apasionadas del ciclismo, el dolor, la aventura, la cultura, así mismo son personas estudiadas que pasan muchas horas encerrados en sus oficinas frente a una computadora, estas personas tienen bien arraigados valores como el respeto, la humildad, hermandad, la amistad, solidaridad, constancia, altruismo, y cuenta con un buen sentido del humor, así mismo estas personas son creativas, y nunca se rinden ante las situaciones de la vida diaria, estas personas pasan mucho tiempo en las redes sociales observando fotos, videos y consejos de mecánica así como de eventos de rutas en ciclismo de montaña.

Así mismo a este tipo de consumidor le gusta tener un estatus socioeconómico al darle un servicio personalizado de manera integral, es muy sensible al marketing directo, le gusta ser atendido personalmente, así mismo le gusta que le reconozcan su esfuerzo en la montaña con reconocimientos o medallas, así mismo le gusta ser visto en Facebook, o twitter con sus fotos de pedaleando la montaña.

Es importante saber que este tipo de consumidores les gusta comer de manera saludable y dedican varias horas de su tiempo a realizar cualquier actividad física, no precisamente el ciclismo de montaña por falta de tiempo, también tienen el gusto por los grandes paisajes en las montañas, son apasionados por las selfies dentro de las montañas, les gusta sentirse parte de las montañas así mismo sentirse seguros cada que salen a rodar en las montañas.

Estas personas son de un poder adquisitivo medio-alto y alto, de un rango de edad de 25 y 45 años son la mayoría hombres que viajan acompañados ya sea de la familia o amigos también son personas que les gusta gastar en sí mismos, en su bicicleta y en sus entrenamientos, también es importante resaltar que este tipo de consumidor cuentan con coche propio para poder trasladarse a Ixtapan de la Sal, estado de México lugar donde se piensa desarrollar la mayor parte de nuestras rutas. Otro punto importante es destacar que a este tipo de consumidores les gusta el descanso y la comodidad, están dispuestos a pagar por ello.



4.5.4. Competencia

Nombre de la empresa.	Ubicación de la empresa	Misión y visión.	Slogan.	Página de internet.	Redes sociales.	Distancia hasta nuestra empresa.	Servicios que ofrece.
Mali emociones	Ocoyoacac, estado de México.	Sin misión y visión.	Sin slogan	www.bym.com.mx	1.Instagram 2.Facebook 3.- Twitter.	90 km	1.- Tours a pie. 2.- Tours en bicicleta. 3.- Campismo. 4.- Hoteles. 5.- Rappel. 6.- Tirolesas. 7. Cañonismo. 8. Parapente. 9.- Tours a caballo.
Dardo 4.	Sierra gorda del estado de Querétaro.	Sin misión y visión.	Sin slogan.	www.dardo4.com	1.- Instagram. 2.- Facebook. 3.- Twitter. 4. TripAdvisor	261 km	1.-Tours a pie. 2.-Tours en bicicleta. 3.- Campismo. 4. Cañonismo. 5.Senderismo 6.- Tirolesas. 7.- Kayak.
Teotihuacán en bici.	Teotihuacán, estado de México.	Misión: Ofrecer a los turistas experiencias inolvidables a través de recorridos culturales eco arqueológicas y de aventura. Visión: Es tener presencia en los 15 sitios Arqueológicas más visitados del país y ser reconocidos internacionalmente como la mejor alternativa para recorridos de Aventura, Arqueológicos y Culturales; así como un modelo de Turismo Recreativo Sustentable.	“Ven y vive Teotihuacán de una forma diferente”	www.teotihuacanenbici.com.mx	1.- Instagram. 2.- Facebook. 3.- Twitter. 4.- TripAdvisor	184 km	1.-Tours a pie. 2.-Tours en bicicleta. 3.-Vuelos en globos aerostáticos. 4.-Temazcal.

Elaboración: Fuente propia.



4.6. Análisis FODA

Fortalezas. (Internas)	Debilidades. (Internas)	Oportunidades. (Externas)	Amenazas. (Externas)
<p>1.- Conocemos las montañas de Ixtapan de la sal como ninguna otra persona, estas serán el lugar donde se desarrollarán los tours en bici y a pie.</p> <p>2.- Nuestro personal es joven y activo, lo que permite ofrecer calidad en el servicio, ya que cuenta con las capacidades físicas y motrices para desenvolverse en el trabajo.</p> <p>3.- Contamos con diversidad de alianzas con empresas que ofrecen servicios de deporte de aventura, descanso y gastronomía, lo que nos permite, tener más diversidad de servicios para ofrecer al cliente.</p> <p>4.- Algunas personas de nuestro personal con una buena experiencia para manejar a grupos grandes de personas.</p> <p>5.- Tenemos ideas creativas, que nos permiten ofrecer con frecuencia, nuevos servicios.</p> <p>6.- Contamos con una base de datos amplia de clientes.</p> <p>7.- El personal es nativo del lugar donde se llevaran a cabo los tours.</p> <p>8.-Apoyo de gobierno municipal con policías.</p>	<p>1.- Falta de personal capacitado para ofrecer paquetes a grandes grupos de personas.</p> <p>2.- Se carece de equipo como: bicicletas, cascos, iluminación, camioneta para ofrecer servicios de mejor calidad.</p> <p>3.- Se carece de capital para invertir en publicidad.</p> <p>4.- Poca capacidad de acceso a créditos financieros por falta de organización.</p> <p>5.- Falta de información completa acerca de nosotros como empresa en el ambiente de los clientes meta.</p> <p>6.- Falta de terminal de tarjeta de crédito, para realizar más fácil las ventas.</p> <p>7.- Falta de organización en la delegación de responsabilidades.</p> <p>8.-Falta de identidad con la empresa por parte del personal.</p> <p>9.- Falta de software y página web.</p>	<p>1.-Poca competencia en el mercado.</p> <p>2.- Mercado actual mal atendido.</p> <p>3.- Tendencias favorables en el mercado.</p> <p>4.- Altos precios en la competencia que existe en el mercado.</p> <p>5.- Contamos con buen clima la mayor parte del año, lo que nos permite ser buena opción de visita de fin de semana para nuestros clientes.</p> <p>6.- Poder adquisitivo alto del mercado meta.</p> <p>7.- Cercanía del lugar que es nuestro mercado meta.</p> <p>8.- Los precios de hoteles y restaurants así como servicios extras en Ixtapan de la sal son accesibles a cualquier tipo de bolsillo.</p> <p>9.- La alta inversión en spots publicitarios por parte del gobierno estatal y federal para promover Ixtapan de la Sal.</p>	<p>1.- Apoyo reducido en fomento al turismo por parte del gobierno municipal.</p> <p>2.- Terrenos por donde pasan las veredas más representativas están a punto de fincarse.</p> <p>3.- Políticos cuentan con casas en Ixtapan de la sal, por ende hay más seguridad en los cerros, lo que nos corta el paso a diferentes veredas que están cerca de las casas de los políticos.</p> <p>4.- Competencia equipada con buena maquinaria y equipo.</p> <p>5.- Falta de cultura vial por parte de las personas nativas de Ixtapan de la sal, lugar donde se realizan los tours.</p> <p>6.- Falta de transporte a bajo costo para bicicletas.</p> <p>7.- El cliente viene y conoce las veredas con nosotros, a su segunda visita existe la gran posibilidad de que tome por su propia cuenta la ruta.</p> <p>8.- Aumento de precios a mediano plazo en los servicios ajenos. (Balnearios, restaurants, servicios de transporte, insumos)</p>



4.6.1. Alternativas

del

FODA

	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	<p>F1 + O1: Aprovecharemos que conocemos las montañas de Ixtapan y existe poca competencia de mercado para ofrecer diversidad de servicios turísticos a precios accesibles por medio de las alianzas con empresas de servicios.</p> <p>F2+O2: Ya que el actual mercado no ha sido bien atendido y nuestro poco personal es activo y carismático con el cliente, lo que permite acceder a ese nicho de mercado de manera más rápida, gracias a la actitud de servicio lograremos el objetivo de hacer sentir en un buen ambiente al cliente.</p> <p>F3+O3: La tendencia del mercado es favorable ya que va a la alza, esa oportunidad la aprovecharemos mejorando las alianzas con empresas que ofrecen servicios complementarios de los tours en bicicleta, para hacer más atractivos los tours.</p> <p>F4+O4: Gracias a la experiencia que hemos estado ganando al realizar eventos de ciclismo, nos permitirá obtener clientes que no tienen el poder adquisitivo para obtener servicios de nuestra competencia ya que sus precios son altos y debemos aprovechar esa oportunidad.</p> <p>F5+O5: Nuestra creatividad como recursos humanos es alta y aunado al buen clima con el que cuenta Ixtapan de la sal, debe ser un factor para aprovechar esta oportunidad y ofrecer paquetes turísticos la mayor parte del año con una temática diferente.</p> <p>F6-O6: Contamos con una base de datos amplia que nos permite identificar a nuestro mercado meta con el mayor poder adquisitivo posible para satisfacer sus necesidades.</p> <p>F7 + O7: Gracias a que el cliente reconoce actualmente que nuestros servicios turísticos son de alto nivel aunado a la cercanía de Ixtapan de la sal con el mercado meta, nos permite estar más cerca con el cliente y generar un ámbito de confianza para que siempre seamos su primera opción.</p> <p>F8 + O8: Aprovechando que Ixtapan de la sal es una de las ciudades más seguras del país aunado a sus precios accesibles, tenemos la oportunidad de ser uno de los principales centros turísticos de la región, lo que genera más visita de turistas.</p>	<p>D1+O1: Todo nuestro personal no está capacitado, pero la oportunidad en el mercado, tiene como consecuencia sobre nosotros, una buena capacitación para nuestros guías y logística para desarrollar de mejor manera nuestros eventos.</p> <p>D2+O2: Se pretende obtener recursos del gobierno para invertir en capacidad instalada y atender al mercado mal atendido.</p> <p>D3 + O3: Hay una tendencia favorable en el mercado actual por eventos de ciclismo de montaña, carecemos de capital para invertir en publicidad, pero haremos publicidad a través de Facebook, twitter y nuestra propia página de internet.</p> <p>D4 + O4: Elaborar un buen plan de negocios, para hacerlo atractivo al gobierno y poder obtener crédito financiero para invertir en infraestructura.</p> <p>D5 + O5: Debemos incentivar a nuestros guías con comisiones para fomentar su productividad con el plus del buen clima en Ixtapan de la sal para los turistas.</p> <p>D6 + O6: Necesitamos capacitar profesionalmente a nuestro personal, física y mentalmente para ofrecer tours más completos, ya que el buen poder adquisitivo de nuestro mercado meta, nos incentiva a mejorar cada día más.</p> <p>D7 + O7: Necesitamos implementar una buena estrategia de marketing, para darnos a conocer entre nuestro mercado meta, ya que gracias a su cercanía territorial puede ser una mayor oportunidad de negocio para nosotros.</p> <p>D8 + O8: Ya que los precios en Ixtapan de la sal son accesibles, pero carecemos de una terminal de tarjeta de crédito y débito para recibir pagos, y en la actualidad la tendencia es el uso del monedero electrónico.</p>
Amenazas	<p>A1+F1: Contamos con poco apoyo público, pero tenemos una ventaja la cual es que conocemos muy bien las montañas de Ixtapan de la sal, lo que nos permitirá reducir costos, para este punto, necesitamos capacitar bien a los guías para desarrollar buenos tours con apoyo de la empresa pública a través de alianzas.</p> <p>A2 + F2: Las rutas más representativas están a punto de fincarse, ya que son terrenos privados, pero nuestro personal es activo, lo cual podrá combatir, con una alianza con los dueños de los terrenos, para seguir promoviendo el turismo de aventura.</p> <p>A3 + F3: Ya que algunas veces las veredas están cerradas por cuestiones de seguridad local, tenemos que explorar más veredas en terrenos de nuestros proveedores de servicios, para tener más variedad de rutas que ofrecer al turista.</p> <p>A4 + F4: No contamos con la capacidad instalada suficiente, pero contamos con la experiencia para manejar a grupos grandes de turistas, lo que nos facilitara la oportunidad para obtener créditos bancarios o del gobierno para invertir en capacidad instalada y satisfacer la demanda de los grupos grandes de turistas.</p> <p>A5 + F5: Tenemos la creatividad para trazar rutas seguras para los turistas, a falta de la cultura vial de las personas nativas de Ixtapan de la sal.</p> <p>A6+F6: No contamos con transporte para bicicletas, pero contamos con una base de datos amplia de clientes, con lo cual conocemos el riesgo de invertir en comprar un medio de transporte para hacer más completos los tours.</p> <p>A7+F7: Ya que tenemos un alto índice de que el turista ruede por segunda vez por su propia cuenta en las veredas de Ixtapa, debemos establecer un plus que le incentive al cliente, a retomar su próxima visita con nosotros como empresa.</p> <p>A8 + F8: Ya que estamos expuestos a alzas en precios de nuestros proveedores, pero contamos con seguridad, debemos establecer una buena publicidad, donde basemos nuestra alza en nuestros precios, con el argumento de que tenemos más seguridad que otras empresas para los turistas.</p>	<p>A1 + D1: Tenemos poca inversión pública y falta de personal capacitado para manejar grandes grupos, por lo que se tendrá que realizar un buen plan de negocios para agilizar el proceso de capacitación de nuestros recursos humanos y compensar la falta de apoyo público.</p> <p>A2 + D2: Buscar cuanto antes el apoyo de créditos para incentivar a dueños de los terrenos a promover el ecoturismo en Ixtapan de la sal y así evitar que finquen sus terrenos o bien, nos den un espacio para seguir pasando por las veredas.</p> <p>A3 + D3: Si mejoramos la forma en que distribuimos nuestra publicidad, podríamos tener mejores resultados, ya que Ixtapan de la sal, se ha ido ganando el prestigio como centro turístico por que varios políticos del nivel federal, cuentan con viviendas en el municipio.</p> <p>A4 + D4: Nuestra competencia cuenta con buena capacidad instalada, y nosotros no contamos con la necesaria, pero tenemos la experiencia, lo que nos motiva a generar alternativas y mejorar el dinamismo de nuestra empresa, para poder ofrecer cada vez mejor calidad.</p> <p>A5 + D5: Fomentar la cultura vial en el municipio por medio de buenos video cortos en internet hechos por nuestros guías y de esta manera, también incentivar a nuestro personal a actualizarse día a día y hacerlos más dinámicos, creando y subiendo fotos a internet, de cada actividad que realicen.</p> <p>A6 + D6: Se necesita hacer una buena cotización con empresas que se dedican a transportar bicis de un punto a otro y con los más bajos costos, para de esta manera permitirle a los guías ir tomando experiencia en su trabajo al contar con más facilidades para el turista para visitar Ixtapan de la sal con su transporte incluido.</p> <p>A7 + D7: Debemos darnos a conocer con mejores estrategias de marketing dar un plus a nuestro mercado meta, para ser siempre su primera opción, debemos plantear el plus detalladamente para conectar al 100% con nuestros clientes, y así evitar la pérdida de los mismos.</p> <p>A8 + D8: Debemos crear paquetes acordes a nuestros costos tomando en cuenta que a mediano y largo plazo los servicios que nosotros compramos para armarlos con paquetes turísticos van a ser mayores, por lo tanto debemos ser dinámicos a la hora de crear paquetes.</p>

Fuente:

Elaboración

propia.

4.7. Estado actual del producto o servicio



TABULACIÓN DE PRECIOS DE EXPEDICIONES DE CICLISMO

Número de expedición	Nombre de la expedición	Precio venta (1 persona)	Precio venta (2 personas)	Precio venta (Entre 3-5 personas)	Precio venta (+ 5 personas)
1	Lobos y venados.	\$330	\$280	\$250	\$230
2	Tierras de Cuauhtémoc.	\$400	\$350	\$300	\$250
3	Valle escondido.	\$300	\$280	\$250	\$230
4	Sierra y agua azul.	\$600	\$350	\$300	\$250
5	Nevado – Ixtapan.	\$2,000	\$1,000	\$650	\$450
6	Luciérnagas MTB.	\$500	\$300	\$250	\$180
7	Borracho MTB.	\$500	\$300	\$250	\$220
8	Respiradero del volcán MTB.	\$250	\$180	\$160	\$130
9	Piedra Parada.	\$500	\$300	\$250	\$220
10	Bici Spa.	\$600	\$500	\$450	\$400
11	Bici aventúrate.	\$600	\$550	\$500	\$450
12	Barrancas MTB.	\$500	\$350	\$300	\$250
13	Rodada nocturna (Ixtapan de la Sal)	\$500	\$230	\$200	\$170
14	Pulque MTB.	\$300	\$200	\$180	\$150
15	Pozas azules atzala.	\$650	\$350	\$300	\$250
16	Hoyanco MTB.	\$650	\$330	\$270	\$230
17	Pueblo, barro y raíces.	\$350	\$220	\$200	\$120
18	Mirador MTB.	\$250	\$200	\$150	\$100
19	Piedras y cuevas MTB	\$400	\$240	\$230	\$220



1.- Expedición: Lobos y venados.

Descripción:

Nivel: Intermedios y avanzados.

Lugar: Coatepec Harinas, estado de México. (A 30 minutos de Ixtapan de la Sal)

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Lobos y venados en reproducción, canalito de Ixtapan de la Sal.

Duración: 2 horas.

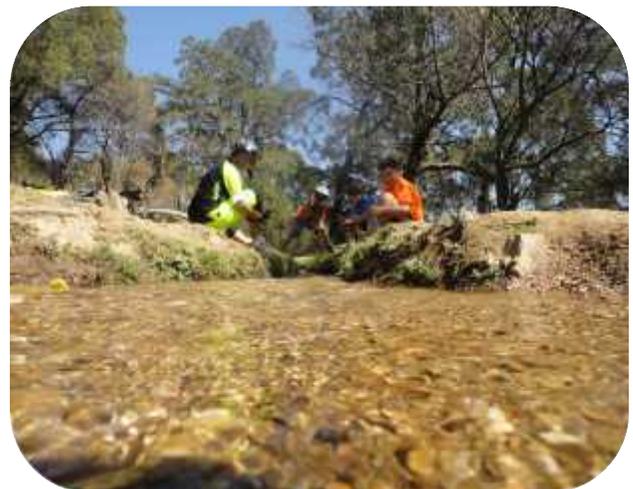
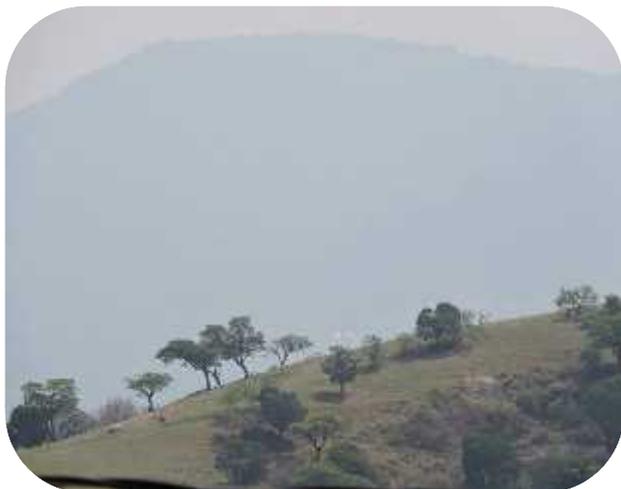
Servicios: Guías en la montaña.

Si eres una persona amante de la naturaleza y los climas fríos, esta ruta es para ti, pues el recorrido consta de 40 kilómetros de ciclismo de montaña con algunos segmentos en ruta, visitamos la comunidad de Coatepec harinas, estado de México donde en la montaña se encuentra ubicada la UMA lugar que es propiedad del estado y en donde se mantienen en reproducción a lobos y venados, sin duda esta es una buena experiencia.

Costos:

- 1.- 1 persona (\$330 pesos)
- 2.- 2 personas (\$280 pesos por persona)
- 3.- 3-5 personas (\$250 pesos por persona)
- 4.- + 5 personas (\$230 pesos por persona)







2.-Expedición: Tierras de Cuauhtémoc.

Descripción.

Nivel: Todos los niveles.

Lugar: Zacualpan, estado de México. (A 45 minutos de Ixtapan de la Sal)

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Centro ceremonial Zacualpan, parque ecoturístico picacho de oro y plata así como el pueblo de Zacualpan (Pueblo minero)

Duración: Dependiendo el nivel del participante.

Servicios: Guías en la montaña.

Si eres una persona amante de la cultura y al mismo tiempo eres amante de las grande subidas en caminos de tierra roja, donde si corres con suerte podrás admirar la belleza de la fauna como venados cola blanca, es importante señalar que está ruta se gana su nombre con base a la historia del pueblo donde se dice que están enterrados los verdaderos restos de Cuauhtémoc el que fuera tlatoani de Tenochtitlan antes de la conquista de los españoles.

Esta ruta se puede desarrollar para los diferentes niveles de ciclistas principiantes, intermedios y avanzados.

Costos:

- 1.- 1 persona (\$400 pesos)
- 2.- 2 personas (\$350 pesos por persona)
- 3.- Entre 3-5 personas (\$300 pesos por persona)
- 4.- + 5 personas (\$250 pesos por persona)







3.- Expedición: Valle escondido (Ojo de agua)

Descripción.

Nivel: Principiantes e intermedios.

Kilómetros: 28 (30% subida 30% bajada 40% planos)

Lugar: Ixtapan de la Sal

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Canal de agua que baja del volcán de Toluca, ojo de agua en valle escondido.

Duración: 2 horas.

Servicios: Guías en la montaña.

Este recorrido es ideal para personas que inician en el ciclismo de montaña, aquí lo haremos en las montañas del norte de Ixtapan de la Sal, en donde recorreremos en subida la primer parte que tiene una vista panorámica al llegar a la punta del primer cerro, conoceremos también el canal de agua que satisface al pueblo de Ixtapan de la Sal, para posteriormente arribar a este lugar escondido en la montaña, que cuenta con un mirador y un ojo de agua.

Costos:

- 1.- 1 persona (\$300 pesos)
- 2.- 2 personas (\$280 pesos por persona)
- 3.- Entre 3-4 personas (\$250 pesos por persona)
- 4.- 5 personas (\$250 pesos por persona)







4.- Expedición: Sierra y agua azul.

Descripción

Nivel: Intermedio-Avanzados

Kilómetros: 24 km. (40% Subida, 20% Plano, 40% Bajada)

Lugar: Taxco de Alarcón, Guerrero. (A 1 hora de Ixtapan de la Sal)

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Pueblo de Texcatitla, zona de mangos, pozas azules en la sierra.

Duración: 3 horas (2 horas pedaleando y 1 hora entre caminata y tiempo para nadar)

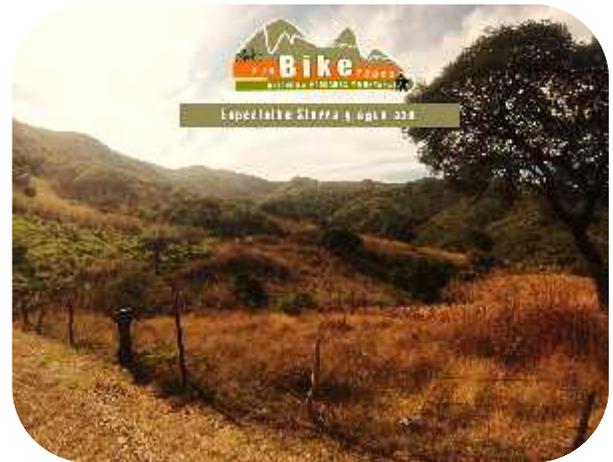
Servicios: Guías en la montaña.

La expedición consta de 24km de montaña, de los cuales 12km son de ida y 12km son de vuelta, está expedición tiene una caminata obligada de 1km pues ese segmento no es muy viable hacerlo en bicicleta pues hay una diversidad de trancas en el camino que impiden el rodamiento de la bicicleta, este último segmento es para llegar a la poza azul donde podremos nadar y aventarnos clavados desde las piedras, este lugar es sin duda una de nuestras mejores expediciones y lugares más vírgenes de nuestro catálogo de rutas.

Costos:

- 1.- 1 persona (\$600 pesos)
- 2.- 2 personas (\$350 pesos por persona)
- 3.- 3 personas (\$300 pesos por persona)
- 4.- 4 personas (\$280 pesos por persona)
- 5.- 5 personas (\$250 pesos por persona)







5.- Expedición: Volcán Nevado de Toluca - Ixtapan de la Sal

Descripción

Nivel: Intermedio-Avanzados

Kilómetros: 50 km. (30% Subida, 20% Plano, 50% Bajada)

Lugar: Nevado de Toluca - Ixtapan de la Sal

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Cráter del volcán de Toluca - Tecotitla - Plan de San Miguel - Las antenas - El canal - Centro de Ixtapan de la Sal

Duración: 5 a 7 horas (Dependiendo la condición de los participantes así como la técnica en subidas y bajadas)

Servicios: Guías en la montaña

Costos:

1.- 1 persona (\$2000 pesos)

2.- 2 personas (\$1000 pesos por persona)

3.- 3 personas (\$650 pesos por persona)

4.- 4 personas (\$550 pesos por persona)

5.- 5 personas (\$500 pesos por persona)

Ojo: El costo no incluye el transporte.

La ruta Nevado-Ixtapan es catalogada como una de las mejores del estado de México, ya que es una ruta técnica y muy larga, se estiman 5 horas de la ruta en montaña, en medio de senderos naturales y paisajes inigualables, en esta ruta podrás observar diversos climas desde el más frío hasta el más cálido, las veredas se hacen divertidas al inicio ya que es una zona de rock garden (Zona pedregosa y con tierra volcánica), a la mitad de la ruta nos encontraremos con veredas en medio de árboles muy grandes y mucha vegetación así como fauna.







6.- Expedición: Luciérnagas MTB.

Descripción

Nivel: Principiantes e intermedios..

Kilómetros: 10 km. (40% Subida, 20% Plano, 40% Bajada)

Lugar: Ixtapan de la Sal, estado de México.

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Comunidad de Tecomatepec y avistamiento de luciérnagas por la noche.

Duración: 2 horas. (Disponible solo en temporada de lluvias)

Servicios: Guías en la montaña.

Esta expedición es temporal cada año, pues las luciérnagas que es por lo cual se le da el nombre a esta expedición solo se hacen presentes en temporada de lluvias (Mayo-Agosto) permitiéndonos admirar este espectáculo nocturno en las montañas de Ixtapan de la Sal.

Costos:

- 1.- 1 persona (\$500 pesos)
- 2.- 2 personas (\$300 pesos por persona)
- 3.- 3 personas (\$250 pesos por persona)
- 4.- 4 personas (\$230 pesos por persona)
- 5.- + 5 personas (\$200 pesos por persona)





7.- Expedición: Borracho MTB

Descripción.

Nivel: Intermedios y avanzados.

Kilómetros: 43 km. (50% Subida, 10% Plano, 40% Bajada)

Lugar: Ixtapan de la Sal, estado de México.

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Casas productoras de pulque, coyote y micheladas.

Duración: 4 horas estimadas.

Servicios: Guías en la montaña.

Esta ruta la hemos llamado de del borracho porque con tan solo las pequeñas pruebas de las bebidas uno queda un poco mareado pero bien pedaleado, ya que la ruta es un poco larga, pero vale la pena apoyar a las comunidades de Ixtapan de la Sal y Tonicato, el factor clave de esta ruta es el calor que hace un poco más difícil la pedaleada en la montaña ya que recorreremos cerca de 40 kilómetros de ruta por lo cual hay que estar bien conscientes de nuestra propia condición física para poder completar este reto que vale la pena vivirlo.

Costos:

- 1.- 1 persona (\$500 pesos)
- 2.- 2 personas (\$300 pesos por persona)
- 3.- 3 personas (\$280 pesos por persona)
- 4.- 4 personas (\$250 pesos por persona)
- 5.- + 5 personas (\$230 pesos por persona)







8.-Expedición: Respiradero del volcán.

Descripción.

Nivel: Principiantes

Kilómetros: 10 km. (50% Subida, 10% Plano, 40% Bajada)

Lugar: Ixtapan de la Sal, estado de México.

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Respiradero del volcán de Toluca ubicado en Ixtapan de la Sal.

Duración: 1 hora aproximadamente.

Servicios: Guías en la montaña.

Si eres una persona que gusta de la fotografía y apenas vas comenzando en el ámbito del ciclismo, esta ruta está diseñada solo para ti, ya que en esta ruta podemos apreciar una variedad de fauna entre pajaritos, reptiles y mariposas además de una excelente ruta de montaña, con veredas escondidas y entrelazadas entre si dentro del bosque, para llevarte a una laguna mejor conocida como la laguna verde, se cree que es un respiradero del volcán de Toluca ya que esta laguna cuenta con alrededor de 35 borbollones de agua termal.

Costos:

- 1.- 1 persona (\$250 pesos)
- 2.- 2 personas (\$180 pesos por persona)
- 3.- Entre 3-5 personas (\$160 pesos por persona)
- 4.- +5 personas (\$150 pesos por persona)







9.-Expedición: Piedra parada.

Descripción.

Nivel: Intermedios

Kilómetros: 15 km. (80% ruta, 20% montaña)

Lugar: Piedra parada, estado de México (A solo 30 minutos de Ixtapan en coche)

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Piedra parada y barranca de Malinaltenango.

Duración: 1 hora aproximadamente.

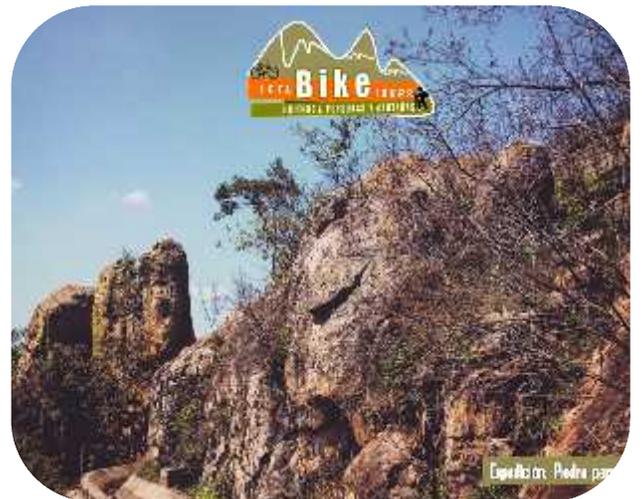
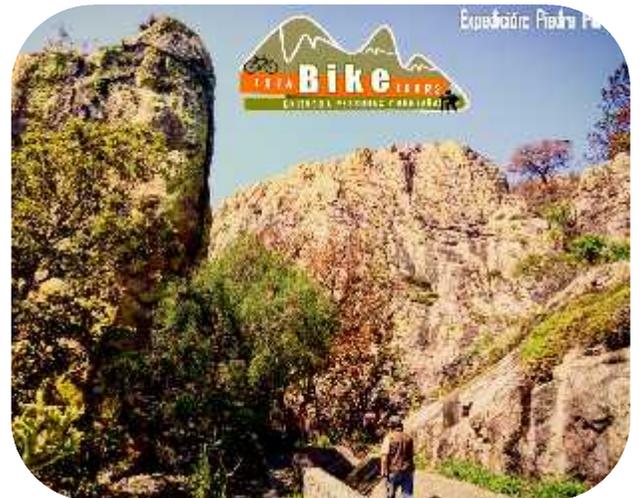
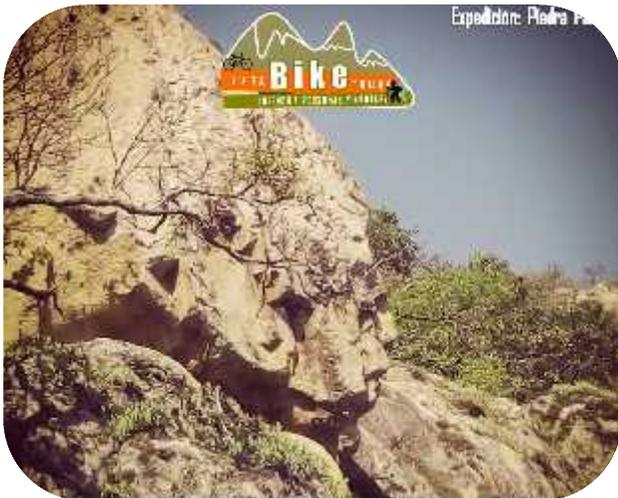
Servicios: Guías en la montaña.

Si eres una persona amante de los paisajes, sin duda esta expedición esta diseñada solo para ti donde recorreremos cerca de 15km en ruta para llegar a la brecha donde iniciaremos una caminata de aproximadamente 3km donde podremos admirar la unión de 2 barrancas cerca de Ixtapan de la Sal, y una diversidad de grandes rocas con diversas formas, lo cual hace de esta expedición una atractivo natural.

Costos:

- 1.- 1 persona (\$500 pesos)
- 2.- 2 personas (\$300 pesos por persona)
- 3.- Entre 3-5 personas (\$250 pesos por persona)
- 4.- +5 personas (\$230 pesos por persona)







10.- Expedición: Bici-Spa.

Descripción.

Nivel: Principiantes, intermedios y avanzados.

Kilómetros: Dependiendo el nivel de la expedición.

Lugar: Ixtapan de la Sal, estado de México.

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Single tracks de Ixtapan de la Sal, y una sesión de hidroterapia en spa "Iztapancihuatl".

Duración: Dependiendo el nivel de la ruta.

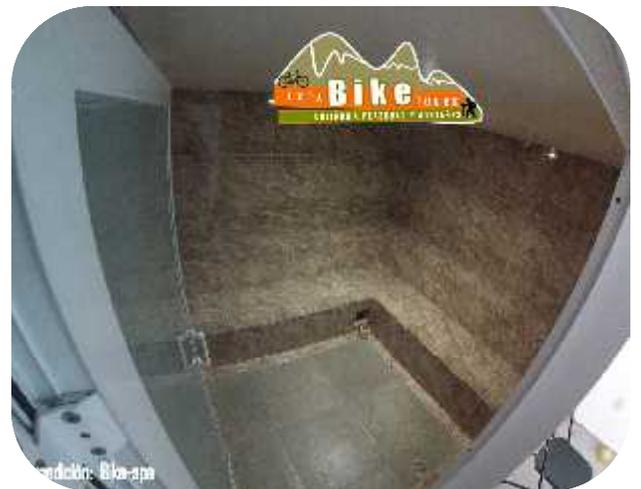
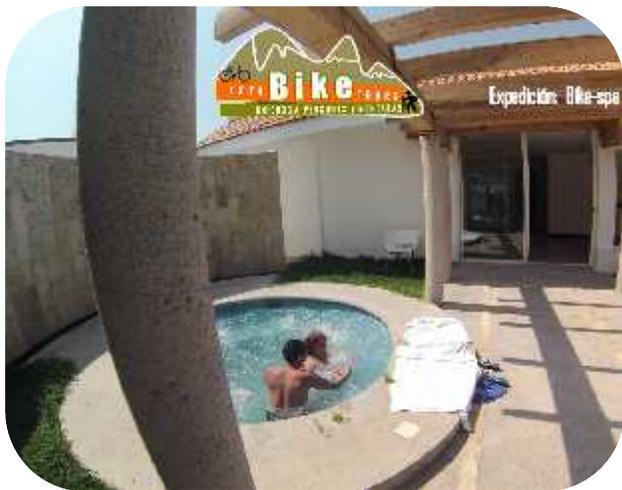
Servicios: Guías en la montaña.

En esta expedición tendrás la libertad de elegir qué nivel de ruta requieres, en donde el guía escuchará tus necesidades y sobre ellas te armara un recorrido apto para ti en la montaña sin excluir tu sesión de hidroterapia (Spa) para que te relajes después de rodar en las mejores veredas de Ixtapan de la Sal, estado de México.

Costos:

- 1.- 1 persona (\$600 pesos)
- 2.- 2 personas (\$550 pesos por persona)
- 3.- Entre 3-5 personas (\$500 pesos por persona)







11.- Expedición: Bici-aventúrate.

Descripción.

Nivel: Intermedio-Avanzados

Kilómetros: 24km. (40% Subida, 20% Plano, 40% Bajada)

Lugar: Ixtapan de la Sal

Modalidad: (Ruta 70% Montaña 30%)

Lugares a visitar: Grutas de la estrella.

Duración: 5 horas (3 horas pedaleando) (2 horas del tour subterráneo)

Servicios: Guías en la montaña, guías en la gruta de la estrella, entrada personal a grutas de la estrella, tour subterráneo en la gruta, equipo de rappel e iluminación así como equipo de protección.

Costos

1.- 1 persona (\$700 pesos)

2.- 2 personas (\$550 pesos por persona)

3.- 3 personas (\$550 pesos por persona)

4.- 4 personas (\$500 pesos por persona)

Si eres un amante de la adrenalina y no temes a la oscuridad, este tour es para ti, ya que cuenta con una ruta exigente donde el 70% de la ruta es pura carretera y el 30% es montaña, pero con buenas pendientes y mucho sol durante el trayecto ya que las grutas se encuentran ubicadas al sur de Ixtapan de la Sal, con rumbo al estado de Morelos, donde predominan las altas temperaturas, vale la pena realizar este tour ya que son 12 km de Ida donde llegaremos a las grutas de la estrella donde un grupo de guías capacitados nos ofrecerán todo el equipo para poder descender a un río subterráneo por debajo de la gruta de la estrella, este recorrido consta de 1km aproximadamente donde descenderás 15 metros al fondo con la ayuda de los guías y tu respectiva iluminación ya que todo por debajo de la gruta es oscuridad y silencio, para nadar aproximadamente 500 metros con tu respectivo chaleco salvavidas.







12.- Expedición: Barrancas MTB

Descripción.

Nivel: Intermedio-Avanzados

Kilómetros: 35km. (40% Subida, 20% Plano, 40% Bajada)

Lugar: Malinaltenango (Comunidad perteneciente a Ixtapan de la Sal, estado de México)

Modalidad: (Ruta 50% Montaña 50%)

Lugares a visitar: Barrancas de Malinaltenango y proceso de elaboración del dulce de pepita artesanal.

Duración: 3 horas.

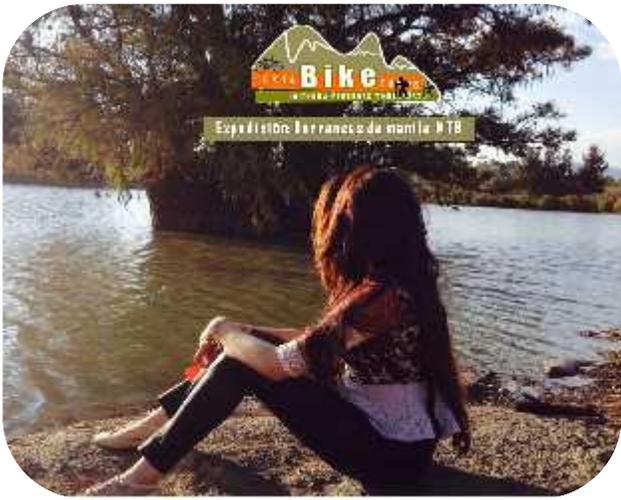
Servicios: Guías en la montaña.

En este recorrido visitamos una comunidad perteneciente a Ixtapan de la Sal, llamada Malinaltenango, donde se cree que era el camino viejo a Zacualpan (Pueblo minero) y en donde anteriormente se cruzaban minerales es en las barrancas que visitaremos en un recorrido de 35km totales saliendo desde Ixtapan de la Sal, estado de México.

Costos

- 1.- 1 persona (\$500 pesos)
- 2.- 2 personas (\$350 pesos por persona)
- 3.- 3 personas (\$300 pesos por persona)
- 4.- 4 personas (\$300 pesos por persona)
- 5.- 5 personas (\$250 pesos por persona)







13.-Expedición: Rodada nocturna.

Descripción.

Nivel: Principiantes

Kilómetros: 10km (40% Subida, 20% Plano, 40% Bajada)

Lugar: Ixtapan de la Sal

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Mirador de Ixtapan de la Sal - Respiradero del volcán de Toluca - Colonia Juárez - San Miguel - Canalito.

Duración: 1 hora y media aproximadamente.

Servicios: Guías en la montaña, ruta nocturna.

Costos:

- 1.- 1 persona (\$400 pesos)
- 2.- 2 personas (\$250 pesos por persona)
- 3.- Entre 3-5 personas (\$200 pesos por persona)

Si eres un amante de la tranquilidad y te gusta pedalear en solitario pero apenas comienzas en el mundo del ciclismo de montaña, esta ruta nocturna de montaña, está diseñando pensando en ti, adentrándote en veredas 100% seguras y aledañas al centro de Ixtapan de la Sal, no te puedes perder la oportunidad de ver a Ixtapan de la Sal, cuando ya ha caído el sol desde una montaña, y lo mejor es que el clima es muy agradable para practicar dicha ruta, también te servirá para mejorar tus habilidades de técnica y manejo de la bicicleta en la montaña, ven y rueda esta ruta con nosotros los guías nativos de Ixtapan de la Sal.







14.-Expedición: Pulque MTB

Descripción.

Nivel: Intermedios y avanzados.

Kilómetros: 25km de montaña.

Lugar: Ixtapan de la Sal

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Antenas de Ixtapan, vereda del canalito, casa productora de pulque.

Duración: 2 horas y media.

Servicios: Guías en la montaña.

Si eres amante del pulque y la montaña, este recorrido es el ideal para ti, la salida la haremos desde Ixtapan de la Sal, donde subiremos a las montañas del norte del pueblo para conocer esta casa productora de pulque en donde tendremos oportunidad de conocer el proceso de elaboración del pulque y disfrutar de un excelente single track al término de la ruta, sin duda lo más interesante de esta expedición.

Costos:

- 1.- 1 persona (\$350 pesos)
- 2.- 2 personas (\$230 pesos por persona)
- 3.- Entre 3-5 personas (\$200 pesos por persona)







15.-Expedición: Pozas azules de Taxco.

Descripción.

Nivel: Intermedios y avanzados.

Kilómetros: 40km de montaña.

Lugar: Taxco de alarcón, Guerrero.

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Pozas azules de atzala, centro de Taxco de alarcón.

Duración: 5 horas.

Servicios: Guías en la montaña.

Una de las expediciones más exigentes en cuanto a condición física pues hacemos 40 kilómetros de ruta para llegar a las pozas azules de Atzala, (20km de ida y 20km de regreso desde el centro de Taxco, Guerrero), allí tendremos oportunidad de nadar dentro de las pozas 100% naturales y cristalinas, este recorrido es para personas con buena condición física, ya que el sol es factor demandante en esta expedición.

Costos:

- 1.- 1 persona (\$650 pesos)
- 2.- 2 personas (\$350 pesos por persona)
- 3.- Entre 3-5 personas (\$300 pesos por persona)







16.-Expedición: El hoyanco MTB

Descripción.

Nivel: Intermedios y avanzados.

Kilómetros: 30km de montaña y ruta.

Lugar: Coatlan del rio, Morelos.

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Cráter en la sierra de Coatlan del rio, Morelos "El hoyanco" y el rio del pueblo, puente colgante de más de 100 años de antigüedad.

Duración: 3 horas.

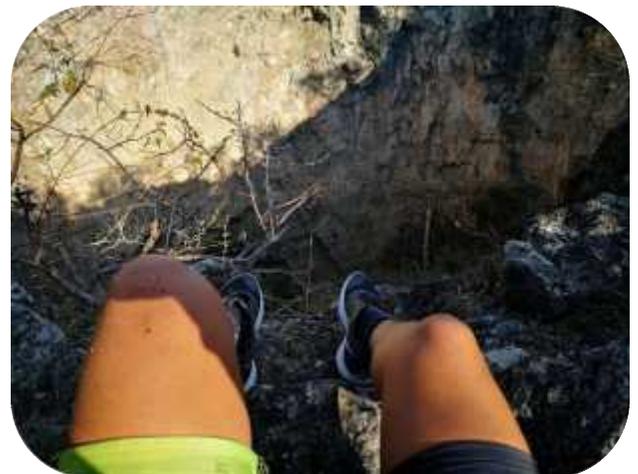
Servicios: Guías en la montaña.

Esta es una de las expediciones más místicas con las que contamos pues aquí hacemos un recorrido de 30km en la sierra de Coatlan del rio, Morelos para visitar este misterioso lugar, el lugar donde se desarrolla esta expedición es muy cálida y con muchas espinas, por eso es importante ir preparado por alguna pinchadura en este recorrido, cuenta también con una sección muy técnica de rock garden para llegar al rio del pueblo.

Costos:

- 1.- 1 persona (\$650 pesos)
- 2.- 2 personas (\$300 pesos por persona)
- 3.- Entre 3-5 personas (\$250 pesos por persona)







17.-Expedición: Pueblo, barro y raíces.

Descripción

Nivel: Principiantes.

Kilómetros: 13 km. (40% Subida, 20% Plano, 40% Bajada)

Lugar: Ixtapan de la Sal

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Comunidad de Tecomatepec a observar el proceso de elaboración de la alfarería de barro en un taller artesanal.

Duración: 1 hora y media.

Servicios: Guías en la montaña, ruta y observar el proceso de elaboración de la Alfarería de barro

Esta es una ruta especial ya que el terreno cambia completamente, porque las montañas de esta ruta están muy llenas de terreno barroso es por eso su nombre además de que tendremos la oportunidad de conocer un pueblo llamado Tecomatepec perteneciente a Ixtapan de la Sal donde la mayoría de las personas trabajan en la alfarería de barro, ellos nos explicarán cuales son los procesos para producir la alfarería de barro, cabe mencionar que de dicha actividad se ha ido heredando de generación en generación como un trabajo de día a día para solventar los gastos familiares de las personas que laboran en dicho oficio.

Costos

- 1.- 1 persona (\$300 pesos)
- 2.- 2-3 personas (\$200 pesos por persona)
- 3.- 4 personas (\$180 pesos por persona)
- 4.- 5 personas (\$150 pesos por persona)







18.-Expedición:

Mirador

MTB

Descripción.

Nivel: Principiantes.

Kilómetros: 6km. (40% Subida, 20% Plano, 40% Bajada)

Lugar: Ixtapan de la Sal

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Mirador de Ixtapan de la Sal.

Duración: 1 hora.

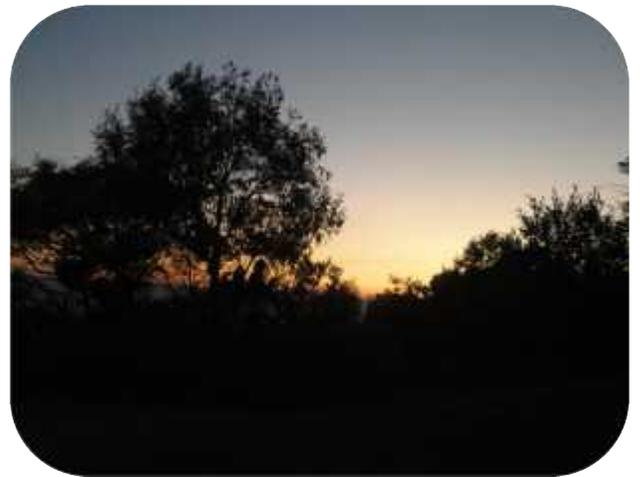
Servicios: Guías en la montaña y ruta de 6km

Si quieres salir de la rutina con tus hijos, ven a rodar con nosotros en esta vereda diseñada para las personas que apenas se inician en el ciclismo de montaña, rodaremos en medio de senderos naturales llenos de vegetación y fauna, además de una tranquilidad dentro de la montaña que no encontrarás en la ciudad, este tour pasa por veredas 100% ya que nos preocupamos por que tengas una grata aventura con este pequeño tour y compartas momentos con tus hijos pedaleando una bicicleta, mejorando la comunicación y destreza de los pequeños.

Costos:

- 1.- 1 persona (\$300 pesos)
- 2.- 2 personas (\$200 pesos por persona)
- 3.- Entre 3-5 personas (\$150 pesos por persona)
- 4.- + 5 personas (\$120 pesos por persona)







19.- Expedición: Piedras y cuevas MTB

Descripción.

Nivel: Principiantes e intermedios

Kilómetros: 10km. (40% Subida, 20% Plano, 40% Bajada)

Lugar: Grutas de Cacahuamilpa, Guerrero

Modalidad: Ciclismo de montaña

Lugares a visitar: Mirador con vista a un cráter, pedaleo dentro de las grutas en bóvedas naturales de hechas de minerales dentro de las cuevas.

Duración: 3 a 4 horas, dependiendo el ritmo del grupo.

Servicios: Guías en la montaña y ruta de 10km
Requerimientos: Es necesario traer bicicleta de montaña en buen estado, casco obligatorio y una lámpara para pedalear dentro de la gruta.

Este recorrido es uno de los más místicos pues tendrás la oportunidad de pedalear en la sierra norte de Guerrero con guías locales de este lugar, podrás admirar un cráter en la sierra desde lo alto de una montaña que vas a escalar antes de insertarte en una gruta muy imponente para pedalear dentro de ella y conocer sus grandes bóvedas.

Costos:

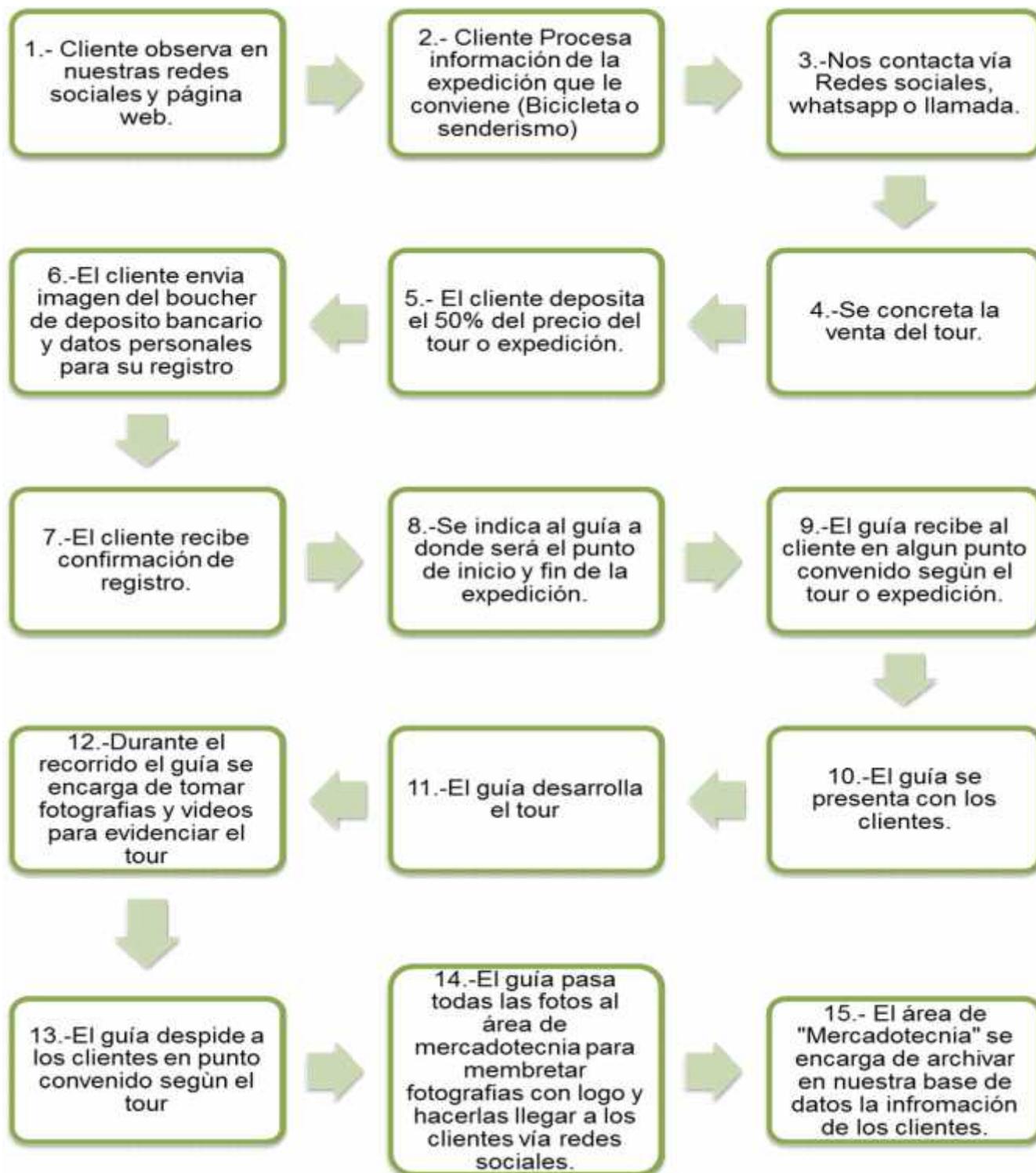
- 1.- 1 persona (\$600 pesos)
- 2.- 2-3 personas (\$300 pesos por persona)
- 3.- 4 personas (\$250 pesos por persona)
- 4.- + 5 personas (\$220 pesos por persona)







4.8. Diagrama de proceso de producción





4.9. Estrategia de ventas

4.9.1. Programas de descuento

Ixtabiketours implementará un programa para incentivar a nuestros clientes otorgándoles en su primer visita nuestra tarjeta de presentación que cuenta con una leyenda de “Obtén 10% de descuento en tu próxima expedición con nosotros” de esa manera, el cliente sentirá que ha ganado algo y se eleven las probabilidades de que nos vuelva a visitar pronto.

4.9.2. Comisiones a distribuidores del servicio

Un factor importante para el crecimiento de “Ixtabiketours”, es la alianza con proveedores de servicios, tiendas de ciclismo, eventos de ciclismo, para poder promover sus servicios, es por eso que se tiene pensado desarrollar la estrategia de alianzas, para entregar nuestro álbum de rutas a tiendas de ciclismo en el área de Toluca, Metepec y Ciudad de México, donde se les otorgará un 10% de las ganancias netas por tour a los establecimientos que acepten hacer alianzas con nosotros para vender nuestras “Expediciones”

A continuación se mostrará una tabla con información de nuestros socios actuales y probables socios para distribuir nuestros servicios ya sea en sus establecimientos o páginas web.

Nombre	Link	Tienda u organización	Lugar
Oscar Grajales.	https://www.facebook.com/oscar.grajales.509	Swim bike and run.	Santa fe, Ciudad de México.
Rodrigo Pliego.	https://www.facebook.com/ro.pliego.escobedo	Revista 3400.	Toluca, estado de México.
Dirección de grutas de Cacahuamilpa.		Grutas de Cacahuamilpa.	Cacahuamilpa, Guerrero.
David Gómez.	www.ixtapanpueblomágico.com.mx	Página web oficial de Ixtapan de la Sal.	Ixtapan de la Sal, estado de México.
Yumping.	www.yumping.com.mx	Página de deportes	Ciudad de México.
Iorni	www.iorni.com.mx	Página de deportes	Mérida

Fuente: Elaboración propia.



4.10. Canales de comunicación

Actualmente mantenemos 3 canales de comunicaciones con el cliente los cuales se describen en la siguiente tabla, para explicar más detalladamente cual es la función de cada uno de nuestros canales de comunicación.

4.10.1. Facebook

En esta red social es donde ha iniciado todo el proceso de penetración del mercado de “Ixtabiketours”, ya que fue en esta plataforma donde poco a poco se fue iniciando un proceso de conocimiento de las formas de comprar de las personas (Nuestros clientes) al hacer un contacto con ellos vía red social, Ixtabiketours tuvo un acercamiento más cercano y observar de manera real como se comportaba el cliente.

Al tener un acercamiento más real, por ende tenemos un canal de comunicación efectivo, por eso se decidió establecer dicha plataforma como nuestro principal canal de comunicación, pues es allí donde nosotros informamos de nuestros eventos y expediciones personales por medio de videos y fotografías, así como también concretamos ventas mediante esta plataforma.

Actualmente contamos con nuestra página de Facebook la cual es descrita en las siguientes imágenes.

Portada principal de “Facebook”.

Fecha de creación de la página: Abril 2014.

Seguidores a la fecha: 2166

Dinero pagado a Facebook en la actualidad: \$0 pesos.

Publicaciones promedio por semana: 14 veces promedio.





Fuente: <https://www.facebook.com/ixtatours>

Sección de tienda de la fan page de Facebook

Ixtabiketours.
@ixtatours

LLAMAR

Publicar Foto Promocionar Editar página

5 ★★★★★ SIEMPRE ABIERTO
Agencia de ecoturismo · Ixtapan de la Sal

INICIO TIENDA EVENTOS FOTOS VIDEOS

Expedición: PulqueMTD	Lobos y venados MTB	Biolaventure	Expedición #Sierrreyagu...
MX\$2000.00	MX\$2000.00	MX\$4000.00	MX\$3000.00
Expedición Bike Spa	Expedición Luciomas...	Expedición #Hoyanco	Expedición Respiadero...
MX\$2000.00	MX\$2000.00	MX\$2000.00	MX\$2000.00
Ruta pozas azules (Taxc...	Pedalea en una gruta vir...	Expedición: Rodado noc...	Expedición: Barrancas M...
MX\$2000.00	MX\$2000.00	MX\$2000.00	MX\$2000.00
Expedición: Tierras de C...	Expedición: Mirador MTB	Expedición #Piedrapana...	Expedición Nevado - (XL...
MX\$2000.00	MX\$2000.00	MX\$2000.00	MX\$2000.00

Fuente: <https://www.facebook.com/ixtatours/shop/?rid=238841816322563&rt=9>

En este apartado de “Tienda” el cliente podrá ver a detalle cada una de las expediciones con sus respectivas fotografías, videos y descripciones textuales de cada una de ellas.



De esta manera el cliente podrá ver la variedad de servicios con los que cuenta “Ixtabiketours”.

Estadísticas de Facebook



Fuente: Estadísticas de ixtabiketours en Facebook

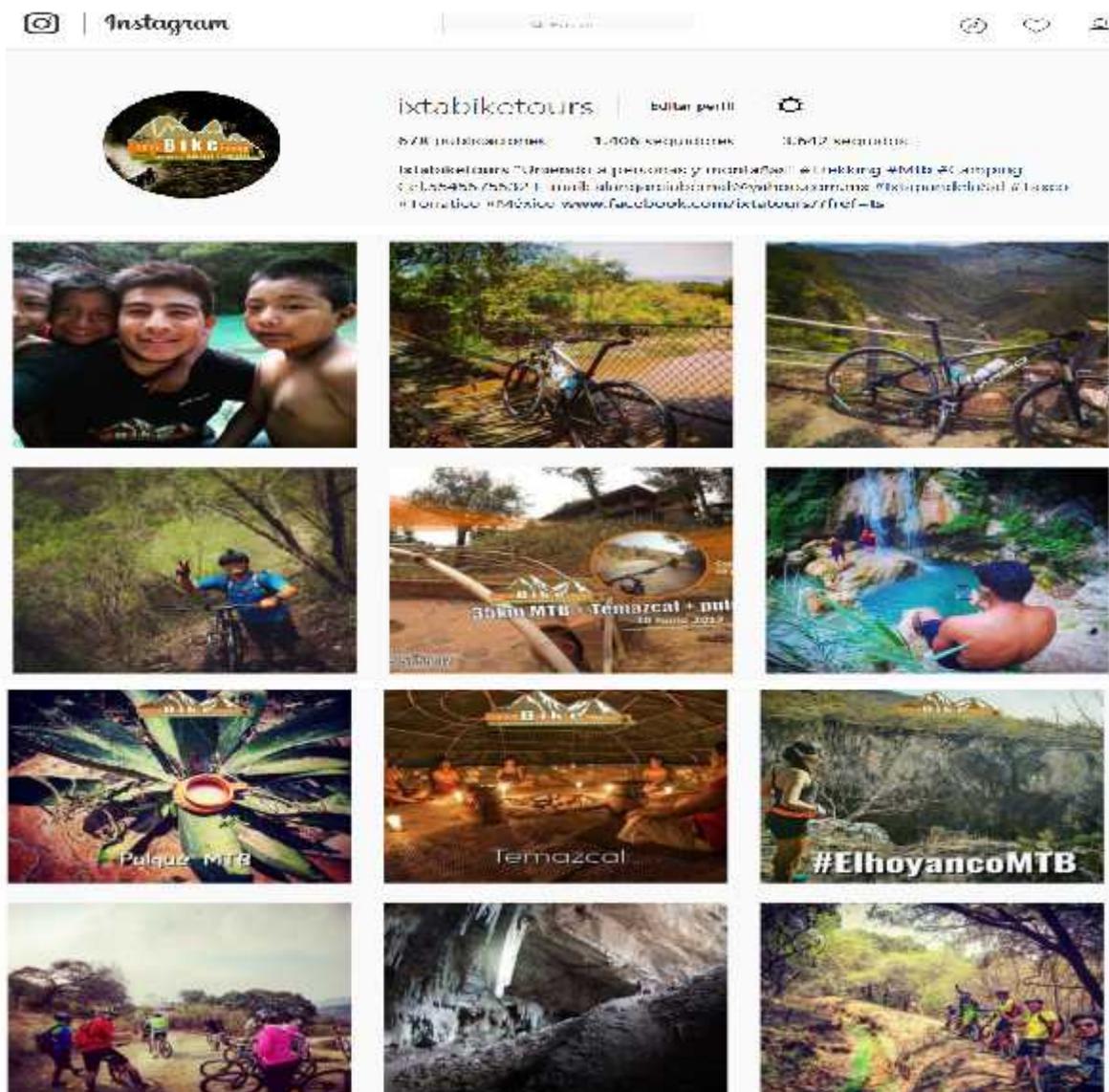
Según las estadísticas de Facebook, nuestra página es visitada principalmente por personas de la ciudad de Toluca y ciudad de México, los cual nos da un indicador importante de hacía donde la empresa debe dirigir sus esfuerzos.



4.10.2. Instagram

Esta es una red social de fotografías, la cual es usada por más de 9 millones de mexicanos, y por lo cual representa una gran oportunidad para Ixtabiketours.

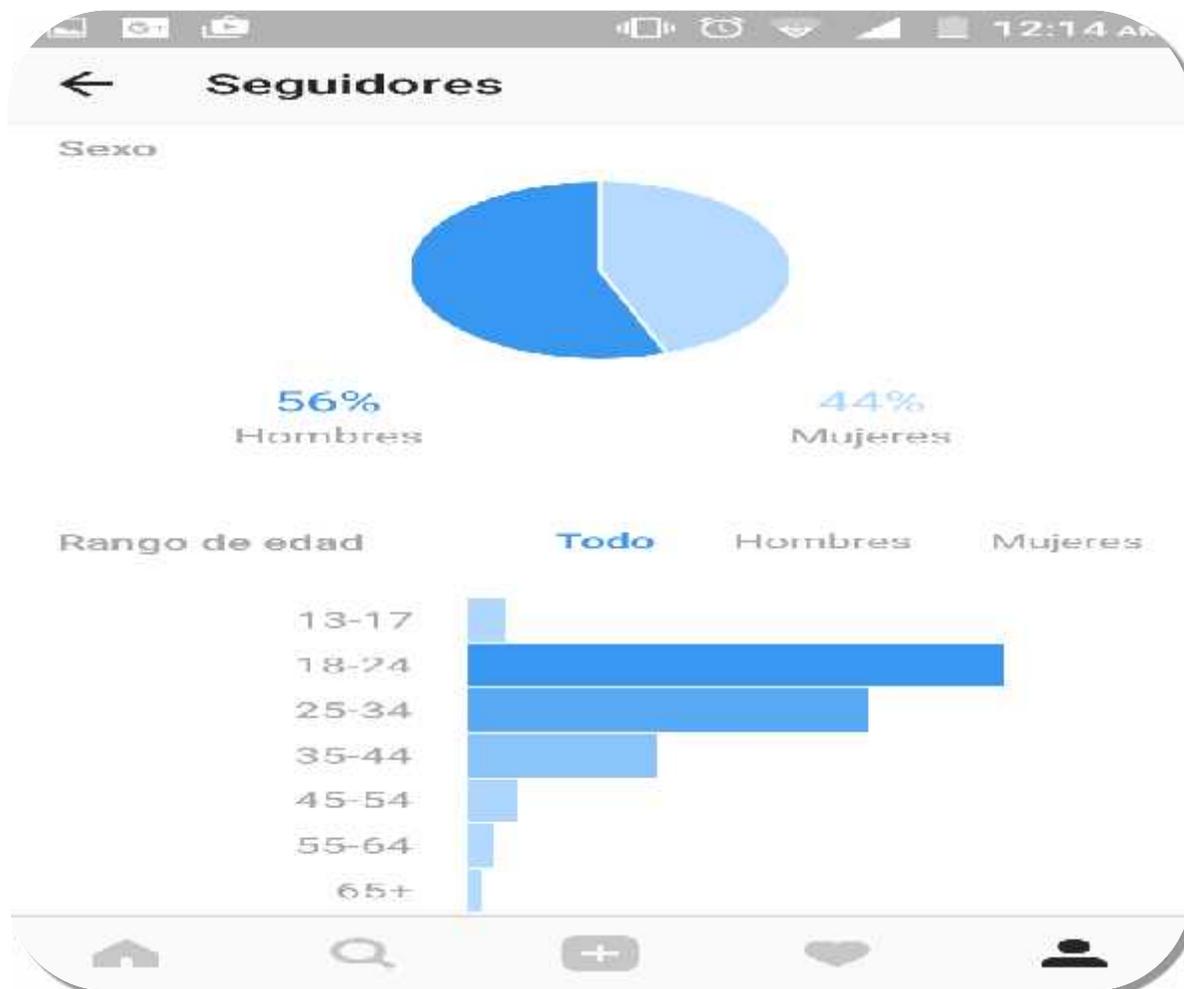
Utilizamos dicha red social como álbum de nuestros servicios, pues es aquí donde constantemente subimos fotografías de cada una de nuestras expediciones de manera creativa para llamar la atención de las personas.





4.5.15. Estadísticas de Instagram

Seguidores actuales de nuestra red social de Instagram



Fuente: Estadísticas brindadas por la plataforma de “Instagram” en nuestra cuenta de Ixtabiketours.

Como podemos ver en nuestras estadísticas, el 54% de las personas que visitan o siguen nuestra cuenta de “Instagram” son hombres y el 44% son mujeres, divididos en un rango de edad entre 18 y 44 años la mayor parte de todo este universo, por lo cual podemos intuir que estas personas son las más sensibles al contenido que generamos dentro de esta red social de fotografías y videos, por lo cual tenemos una herramienta poderosa y gratuita para llegar a nuestros posibles clientes potenciales y transformar esos seguidores en “ventas”.



Lugares de residencia de las personas que visitan nuestra red social de Instagram



Fuente: Estadísticas brindadas por la plataforma de “Instagram” en nuestra cuenta de Ixtabiketours.

Con esta imagen, nos podemos dar cuenta de varios rubros, el primero de ellos es el conocer los lugares de donde principalmente visitan nuestra red social las personas que siguen la cuenta de “Ixtabiketours” dentro de esta plataforma digital de fotografías.

Este tipo de rubros, nos sirven para determinar hacia que tipo de segmento vamos a dirigir nuestros esfuerzos de mercadotecnia, y no estar generando contenido aburrido para las personas que siguen nuestra página de instagram, y como nosotros vendemos servicios, la forma más fácil y rápida de acceder a nuestros clientes, es ofreciéndoles fotografías y videos en alta calidad para generar cierto deseo en nuestros posibles clientes potenciales, es por eso que Instagram se ha convertido en pieza clave en este modelo de negocio de ecoturismo.



4.10.3 WhatsApp

Esta plataforma de mensajería instantánea es parte de este modelo de negocio, ya que sirve para dar atención al cliente pues es por esta vía por la cual contactamos a cada uno de nuestros clientes, así mismo sirve como herramienta de publicidad ya que con la herramienta que cuenta esta mensajería la cual es la “difusión de mensajes instantáneos a todos tus contactos con un solo mensaje”, esta herramienta nos permite compartirlas al inicio de semana de nuestros recorridos de fin de semana (Ciclismo de montaña, Running)

Esta plataforma nos permite humanizar a nuestra marca, pues de manera personal podemos atender a nuestros clientes y enviarles fotografías y videos de cada una de nuestras rutas.





4.10.4. Twitter

Esta red social es una de las formas de humanizar nuestra marca, ya que podemos tener contacto directo con ellos, e invitarlos mediante esta red social para adquirir algún servicio con nosotros.



Aquí encontraremos al segmento de mercado más formal, ya que la mayor parte de las personas que utilizan esta red social son personas mayores de 30 años, es por eso que es muy importante desarrollar contenido y contacto más directo con nuestro segmento de clientes que navegan en esta red social.



4.10. Política de precios

Actualmente nuestra política de precios es mediante el **costing**, donde nuestro precio se determina según el costo de producción más una tasa de utilidad.

De esta manera podemos jugar con el precio de nuestros servicios, pues con nuestra tabla de costo de producción tenemos margen para vender a buen precio nuestro servicio integral de expediciones de ciclismo de montaña y senderismo y obtener así utilidades para Ixtabiketours.

4.11. Utilidades de las expediciones.

1.- Lobos y venados							
Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	150	30	180	330	330	150	45.4%
2	150	60	210	280	560	350	62.5%
3	150	90	240	250	750	510	68%
4	150	120	270	250	1000	730	73%
5	150	150	300	250	1250	950	76%

2.- Tierras de Cuauhtémoc							
Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	250	0	250	400	400	150	37.5%
2	250	0	250	350	700	450	64.2%
3	250	0	250	300	900	650	72.2%
4	250	0	250	300	1200	950	79.1%
5	250	0	250	300	1500	1250	83.3%



3.- Valle escondido

Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	150	25	175	330	330	155	46.9%
2	150	50	200	280	560	360	64.2%
3	150	75	225	250	750	525	70%
4	150	100	250	250	1000	750	75%
5	150	125	275	250	1250	975	78%

4.- Sierra y agua azul

Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	300	50	350	600	600	250	41.6%
2	300	50	350	350	700	350	50%
3	300	75	375	300	900	525	58.3%
4	300	100	400	300	1200	800	66.6%
5	300	125	425	250	1250	825	66%

5.- Nevado - Ixtapan de la Sal MTB

Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	1250	0	1250	2000	2000	750	37.5%
2	1250	0	1250	1000	2000	750	37.5%
3	1250	0	1250	650	1950	700	35.89%
4	1250	0	1250	600	2400	1150	47.9%
5	1250	0	1250	500	2500	1250	50%

6.- Luciernagas Mtb

Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	200	0	200	500	500	300	60%
2	200	0	200	300	600	400	66.6%
3	200	0	200	250	750	550	73.3%
4	200	0	200	230	920	720	78.26%
5	200	0	200	200	1000	800	80%



7.- Borracho Mtb

Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	200	50	250	500	500	250	50%
2	200	100	300	300	600	300	50%
3	200	150	350	280	840	490	58.3%
4	200	200	400	250	1000	600	60%
5	200	250	450	230	1150	700	60.8%

8.- Respiradero del volcán

Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	100	0	100	250	250	150	60%
2	100	0	100	180	360	260	72.2%
3	100	0	100	160	480	380	79.1%
4	100	0	100	160	640	540	84.3%
5	100	0	100	150	750	650	86.6%

9.- Piedra parada Mtb

Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	250	50	300	500	500	200	40%
2	250	100	350	300	600	250	41.6%
3	250	150	400	250	750	350	46.66%
4	250	200	450	250	1000	550	55%
5	250	250	500	230	1150	650	56.52%



10.- Bici – Spa

Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	150	250	400	600	600	200	33.33%
2	150	500	650	550	1100	450	40.90%
3	150	750	900	500	1500	600	40%
4	150	1000	1150	500	2000	850	42.5%
5	150	1250	1400	500	2500	1100	44%

11.- Bici – Aventúrate

Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	150	220	370	700	700	330	47.14285%
2	150	440	590	550	1100	510	46.36363%
3	150	660	810	550	1650	840	50.90%
4	150	880	1030	500	2000	970	48.5%
5	150	1000	1150	450	2250	1100	48.8%

12.- Barrancas Mtb

Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	150	25	175	500	500	325	65
2	150	50	200	350	700	500	71.42%
3	150	75	225	300	900	675	75%
4	150	100	250	300	1200	950	79.16%
5	150	125	275	250	1250	975	78

13.- Rodada nocturna Ixtapan de la Sal

Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	200	0	200	400	400	200	50%
2	200	0	200	250	500	300	60%
3	200	0	200	200	600	400	66.6%
4	200	0	200	200	800	600	75%
5	200	0	200	200	1000	800	80%



14.- Pulque Mtb

Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	150	15	165	350	350	185	52.85%
2	150	30	180	230	460	280	60.86%
3	150	45	195	200	600	405	67.5%
4	150	60	210	200	800	590	73.75%
5	150	75	225	200	1000	775	77.5%

15.- Pozas azules de Atzala

Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	350	25	375	650	650	275	42.30%
2	350	50	400	350	700	300	42.8%
3	350	75	425	300	900	475	52.7%
4	350	100	450	300	1200	750	62.5%
5	350	125	475	300	1500	1025	68.3%

16.- Hoyanco Mtb

Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	350	0	350	650	650	300	46.15%
2	350	0	350	300	600	250	41.66%
3	350	0	350	250	750	400	53.33%
4	350	0	350	250	1000	650	65%
5	350	0	350	250	1250	900	72%

17.- Pueblo, barro y raíces.

Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	150	15	165	300	300	135	45%
2	150	30	180	200	400	220	55%
3	150	45	195	200	600	405	67.5%
4	150	60	210	180	720	510	70.83%
5	150	75	225	150	750	525	70%



18.- Mirador MTB							
Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	150	0	150	300	300	150	50%
2	150	0	150	200	400	250	62.5%
3	150	0	150	150	450	300	66.66%
4	150	0	150	150	600	450	75%
5	150	0	150	150	750	600	80%

19.- Piedras y cuevas MTB							
Personas	Costo fijo	Costo variable por tour.	Costo total del tour	Precio de venta	Importe total	Utilidad	Porcentaje de utilidad
1	250	0	250	600	600	350	58.3%
2	250	0	250	300	600	350	58.33%
3	250	0	250	300	900	650	72.22%
4	250	0	250	250	1000	750	75%
5	250	0	250	220	1100	850	77.27%

Estudio organizacional

4.12. Objetivos como empresa

Trabajamos para encontrar la combinación exacta entre aventura, cultura, gastronomía y descanso del turista para segmentarlo por un momento del estrés del día a día a través de alianzas con diversas empresas prestadoras de servicios alrededor de Ixtapan de la sal, armando así paquetes integrales para un segmento de mercado específico ubicados en diferentes puntos de la república mexicana.

4.13. Historia de la compañía

Esta idea de establecer una empresa en Ixtapan de la Sal, nace en el año del 2013 como solo una idea cuando un joven nativo del pueblo rodaba las montañas y veredas todas las tardes solo como hobbies, poco a poco se fue adentrando en el ámbito de las competencias estatales donde observó una gran demanda de las personas apasionadas del ciclismo de montaña, pero en específico, observó que



Ixtapan de la sal, tiene gran potencial para satisfacer las necesidades de estas personas apasionadas del ciclismo que en este caso son veredas naturales y rutas recreativas a bajo costo y con alguna persona que guie su recorrido.

Se observó una gran oportunidad en este aspecto cuando este joven asiste a un congreso de mercadotecnia en la ciudad de Monterrey donde escucho la experiencia de un par de jóvenes que tienen el mismo giro pero en el área de Monterrey y que su empresa comenzaba a tener auge dentro de su mercado, ellos mencionaron una frase muy motivadora e importante que decía: “No se trata de cuanto vas a ganar, si no de cuanto vas a aprender, solo es necesario unir puntos para obtener el éxito”, esta frase tuvo como consecuencia la creación de la pyme llamada “Ixtabiketours”, donde se comenzó a planear el primer evento oficial de la empresa llamado (Primera edición de la rodada nocturna de montaña en Ixtapan de la Sal) en la cual hubo una asistencia de 50 personas.

Tras este hecho motivó a este joven a seguir preparando una logística más profesional para atender a dichos turistas que se dieron cita en Ixtapan de la Sal, actualmente esta empresa sigue constituida en Ixtapan de la Sal, donde sus principales clientes potenciales son personas que gustan de la aventura y las experiencias en entornos naturales, nuestros puntos a unir son las veredas y el entorno de Ixtapan de la Sal y el otro punto son los clientes que en este caso son personas de la áreas demográficas ya mencionadas, sea que cuenten con poca o mucha experiencia en el ámbito del ciclismo.

4.14. Misión de la empresa

Somos una asesora eco turística cuyo enfoque humanista busca ofrecer a los clientes una relación estrecha con su entorno natural por medio de expediciones guiadas de montaña en senderos y paisajes naturales inigualables del estado de México con los más elevados estándares de calidad y seguridad, buscamos combinar los 4 factores importantes de nuestros tours que son: aventura, cultura, gastronomía y descanso de cada uno de los lugares de Ixtapan de la Sal, buscamos concientizar a las personas de que la tierra es de nosotros y es nuestra responsabilidad preservarla para futuras generaciones fomentando el uso de la bicicleta y cultura ambiental.

4.15. Visión de la empresa

Ixtabiketours será la empresa eco turística líder del sur del Estado de México reconocida por las rutas y experiencias transmitidas al turista. Ofreceremos una gama más extensa de servicios para distintos tipos de organizaciones cuyo fin sea integrar y relacionar a su personal dentro de un ambiente natural, grupos



escolares, familias y de esta manera ir impactando directa y positivamente en la reactivación económica local del sur del Estado de México.

4.16. Valores de la empresa

Los principales valores por los que se rige la empresa son los siguientes, y bajo este marco nos comprometemos a llevar cada uno de estos valores para alcanzar nuestros objetivos planteados en nuestra misión y visión, de esta manera si crece la empresa, crece la afluencia de turistas, ingresos a la población y calidad de nuestros trabajadores y trabajadoras.

Trabajo: Para nosotros el trabajo es un valor porque sólo a través de él podemos cubrir nuestras necesidades y, al mismo tiempo, servir a los demás. El trabajo es la oportunidad que nos brinda la vida para transformar y mejorar el ambiente en que vivimos.

Crecimiento: En nuestra Empresa estamos convencidos que cada quién, conforme a sus capacidades, debe mantener una superación personal y un desarrollo a lo largo de toda su existencia. Las personas al igual que las empresas somos seres en potencia y en desarrollo; jamás estamos terminados, siempre existe una nueva posibilidad, y únicamente creciendo podremos conocer y desarrollar nuestras capacidades.

Responsabilidad social: Lo cierto es que toda actividad personal o colectiva repercute en la sociedad y por ende, se necesita compromiso y actitud de servicio hacia la comunidad. Realizar bien nuestro trabajo, cumplir lo pactado con nuestros Clientes y proveedores, respetar la legislación vigente y cuidar los recursos sean financieros, humanos, materiales y naturales son formas de practicar este valor.

4.17. Propuesta de valor

El objetivo es ofrecer tours temáticos y de entrenamiento en bicicleta, con guías personalizados en la comunidad de Ixtapan de la Sal y alrededores, pueblo que acaba de recibir el nombramiento de pueblo mágico y que por ende podrá generar esto un poco más de publicidad para el pueblo, de esta manera nos beneficiará como empresa.

La necesidad que estamos satisfaciendo es la de rodar en las montañas seguras, ya que como nuestro cliente vive en un entorno de ciudad, donde le es muy difícil su acceso a rutas de montaña seguras y con algún guía que lo acompañe en su recorrido durante la montaña, contamos con la ventaja de que Ixtapan de la Sal, se ha caracterizado últimamente por la diversidad de eventos deportivos de talla nacional que se han llevado en el pueblo, específicamente de ciclismo de



montaña, esto nos permite ofrecer un valor extra a nuestros consumidores, así mismo satisfacemos la necesidad de descanso, al brindarle precios accesibles para paquetes de entrenamientos de fin de semana con hotel incluido, comidas, guías personales, y tours ya sea en bicicleta o a pie para personas que gustan del atletismo o ciclismo así como el campismo.

Se pretende ofrecer el servicio incluido de video y fotografía como plus durante los recorridos que realizamos en Ixtapan de la Sal, de esta manera podremos subir a nuestras redes sociales cada uno de nuestros videos y etiquetar a nuestros clientes que en algún momento han tomado un tour con la empresa (Ixtabiketours) de esta manera daremos un valor agregado a cada uno de nuestros tours para el cliente y así mismo obtendremos publicidad por medio de los videos que vayamos subiendo a la nube, generando así un entorno de más confianza entre nuestros actuales y posibles clientes.

Pensamos crear valor también al establecer un servicio de marketing directo Según **(Kotler y Armstrong, 2008)** la comunicación directa con consumidores individuales cuidadosamente seleccionados para obtener una respuesta inmediata y cultivar relaciones duraderas con los clientes.

Es por eso que cada uno de nuestros tours lo aplicaremos, así podremos nosotros armar el paquete que más se ajuste a la necesidad del cliente

Generaremos valor también al reconocer a cada uno de nuestros clientes con un reconocimiento cada que venga a rodar con nosotros, este reconocimiento, nos podrá servir como una estrategia también de publicidad, ya que la mayoría de este tipo de clientes le gusta ser participe en las redes sociales y más de uno tomará una foto a su reconocimiento con nuestro logo para así posicionarnos más en la mente de nuestros clientes actuales y nuestros posibles clientes, así como redirigir clientes a nuestra página web.

4.18. Estructura legal de la empresa

El Régimen de Incorporación Fiscal (RIF) es un nuevo esquema de tributación opcional introducido en la Reforma Fiscal aprobada en 2013 para las personas físicas que realizan actividades empresariales con ingresos menores de dos millones de pesos.

Fuente: www.cefp.gob.mx/publicaciones/documento/2015/mayo/cefp0102015.pdf

Bajo esta referencia, Ixtabiketours ha tomado la decisión de integrarse de manera formal al sistema de administración tributaria, que en este caso correspondió el registró en la ciudad de Toluca, estado de México el pasado mes de Marzo del año 2015, donde quedo la empresa formalmente registrada en dicho régimen (RIF), en el cual se han hecho las declaraciones bimestrales correspondientes.



Se optó por tomar dicho régimen, ya que bajo el entendido de que somos una empresa joven en el mercado, nuestras proyecciones no rebasan los 2 millones de pesos como ingresos brutos anuales, por lo cual las características de nuestra pyme indicaron que debíamos insertarnos aquí para el registro formal como empresa. (En la sección de anexos, va incluido el anexo #1 que es nuestro registro ante el SAT.

4.6.8. Propietarios o Accionistas principales

Propietario principal: Alan García Bernal.

Domicilio: Avenida Benito Juárez, casi esquina Ignacio Zaragoza.

Localidad: Ixtapan de la Sal, estado de México.

Celular: 55-45-57-55-32

E-mail: alangarciabernal@yahoo.com.mx

Año de registro al SAT: Marzo, 2015.

Régimen fiscal: R.I.F.





4.19. Organigrama de la empresa





4.19.1. Director

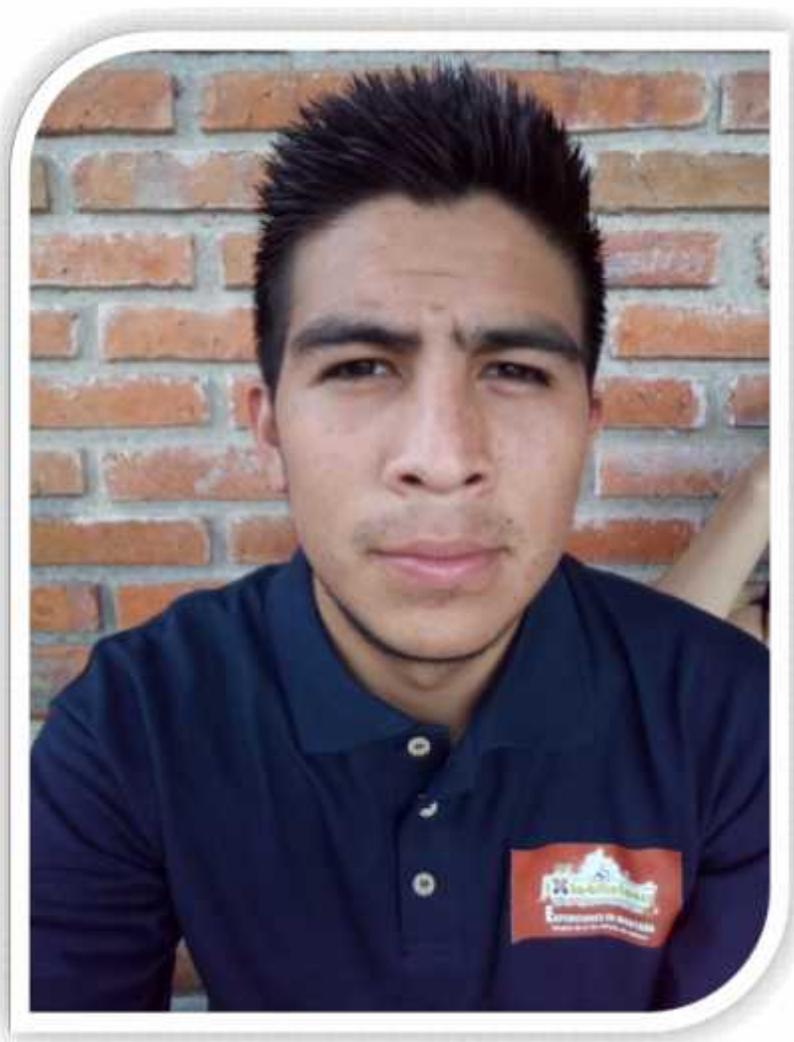
Será la persona que estará al frente de la empresa, por lo tanto debe ser una persona pro-activa, con buenas habilidades para relacionarse con las personas, otras de las características importantes de la persona que ocupe este puesto es que debe ser un amante total de la naturaleza y el ciclismo pues si no es así, no podrá entender los procesos de "Ixtabiketours", así mismo debe contar con la licenciatura ya sea administrativa o en turismo, buen manejo de redes sociales, idioma ingles en un 50% hablado y manejo de procesos contables como (Declaraciones de impuestos)

Funciones:

- 1.- Planear las salidas (Senderismo, ciclismo de montaña) cada 8 días y eventos masivos cada 4 meses.
- 2.- Crear rutas nuevas.
- 3.- Promover las relaciones públicas de la empresa.]
- 4.- Promover las redes sociales de la empresa.
- 5.- Llevar las finanzas de la empresa (Gastos e ingresos, caja)
- 6.- Búsqueda de patrocinios en caso de eventos masivos.
- 7.- Ventas de paquetes en internet.

1. Herramientas para desarrollar su trabajo:

- 1.- Computadora con internet.
- 2.- Cámara fotográfica y de video.
- 3.- Programas de diseño (Photoshop, ilustrator)
- 4.- Contraseñas de redes sociales y correo electrónico.
- 5.- Bicicleta de ciclismo de montaña en buen estado.
- 6.- Celular inteligente con acceso a



redes

sociales.



4.19.2. Área de promoción, publicidad y comunicación

La persona encargada de este departamento debe ser una persona responsable, amante de la naturaleza, debe contar con conocimientos de ciclismo de montaña y senderismo, así como con un buen manejo de diseño y gestión de redes sociales, ya que este departamento será el encargado de documentar todos nuestros recorridos, experiencias y comunicarlos a nuestros clientes de manera creativa.

Funciones:

- 1.- Documentar con fotografías y videos cada una de nuestras expediciones.
- 2.- Atender los mensajes de nuestras redes sociales y correo electrónico.
- 3.- Diseñar el multimedia del contenido de redes sociales (Fotografías, videos, descripciones)
- 4.- Venta de tours vía redes sociales.
- 5.- Gestión de página web.
- 6.- Gestión de base de datos de clientes (Nombre, e-mail, edad, residencia)
7. Gestión de alianzas vía redes sociales (Hoteles, transporte, restaurants, servicios)

Herramientas para desarrollar su trabajo:

- 1.- Computadora con internet.
- 2.- Cámara fotográfica y de video.
- 3.- Programas de diseño (Photoshop, ilustrator)
- 4.- Contraseñas de redes sociales y correo electrónico.
- 5.- Bicicleta de ciclismo de montaña en buen estado.
- 6.- Celular inteligente con acceso a redes sociales.





4.19.3. Guías eventuales

La persona encargada de desempeñar este puesto debe ser una persona apasionada del ciclismo de montaña, uno de los requisitos clave es que tenga bicicleta propia, conozca las veredas de Ixtapan de la Sal, así mismo debe ser una persona con buena condición física en ciclismo de montaña, también debe tener conocimientos de mecánica en ciclismo como (Parchar una llanta, cambiar una cadena), la persona que desempeñe este puesto debe ser una persona alegre y con buenas relaciones

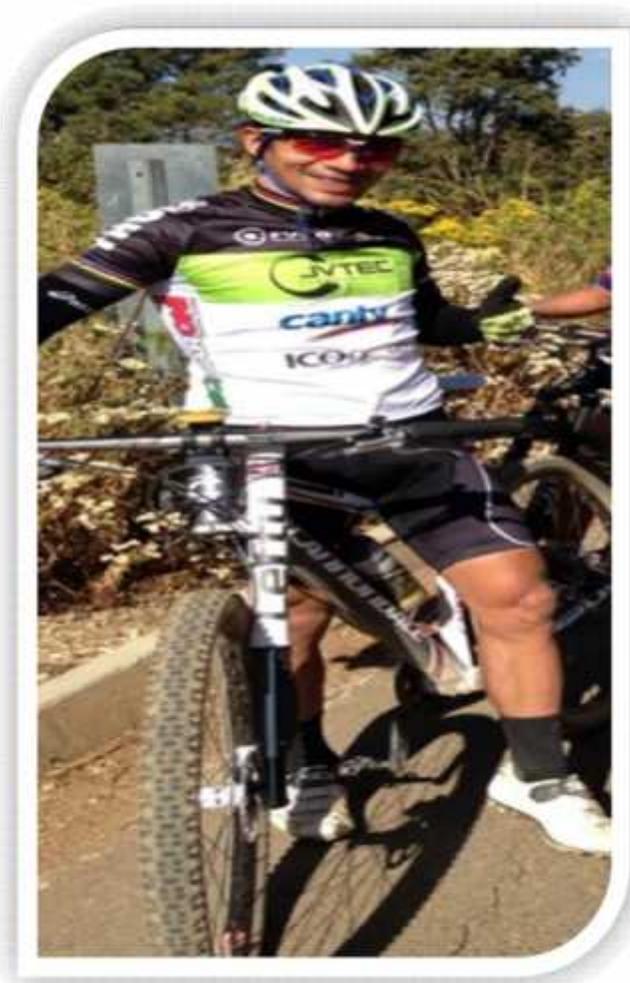
interpersonales para dar un buen servicio de calidad a nuestros clientes, otro de los puntos importantes de esta persona es que debe saber primero auxilios.

Funciones:

- 1.- Recibir a los grupos de ciclistas cada que se venda una expedición vía internet.
- 2.- Guiar a grupos de ciclistas y personas que practican senderismo.
- 3.- Documentar las expediciones con fotografías y videos, así como entrevistas a los participantes.
- 4.- Marcar veredas en eventos masivos.

Herramientas para desarrollar su trabajo:

- 1.- Bicicleta de ciclismo de montaña en buen estado.
- Kit de parchado y reparado de cadenas.



- | | | | | |
|-----|---------|--------|------|--------------|
| 3.- | | Cámara | | fotográfica. |
| 4.- | Casco | | y | guantes. |
| 5.- | Celular | | con | saldo. |
| 6.- | Radios | de | alta | frecuencia. |
| 7.- | | | | Botiquín. |
| 8.- | Mochila | | de | montaña. |

2.-



4.19.4. **Staff** **(Eventuales)**

La persona encargada de este puesto deberá ser una persona que conozca las carreteras y caminos de Ixtapan de la Sal, Tonalico, Taxco de Alarcón, y Coatlan del rio, Morelos, pues esta persona será la encargada de resguardar a los ciclistas en las diversas expediciones de ciclismo de montaña con las que cuenta "Ixtabiketours", saber manejar automóvil estándar, contar con licencia de manejar y tener conocimientos de mecánica general de ciclismo.

Funciones:

- 1.- Apoyar a los guías resguardándolos con la camioneta durante los recorridos de ciclismo.
- 2.- Manejar camioneta (Barredora)
- 3.- Resguardar la integridad física de los clientes en las expediciones.
- 4.- Auxiliar a los ciclistas (Clientes) que tengan percances mecánicos.
- 5.- Documentar el evento con fotografías y videos.

Herramientas para desarrollar su trabajo:

- 1.- Bicicleta de ciclismo de montaña en buen estado.
- 2.- Kit de parchado y reparado de cadenas.
- 3.- Cámara fotográfica.
- 4.- Celular con saldo.
- 5.- Radios de alta frecuencia.
- 6.- Botiquín.
- 7.- Mochila de montaña.
- 8.- Licencia de manejo.
- 9.- Aplicación de gps en celular.
- 10.- Transporte (Camioneta)





4.20. Captación de personal

El director será el encargado de hacer pruebas necesarias a los siguientes empleados para medir sus capacidades y si efectivamente son aptos para cualquiera de los puestos de Ixtabiketours.

- 1.-Guías.
- 2.-Staff
- 3.-Área de promoción, publicidad y comunicación.

4.21. Administración de sueldos y salarios

Tabla de salarios.	
Puesto	Salario
Promoción, publicidad y comunicación	10% de comisión por tour vendido + \$200 pesos por fin de semana.
Guías.	\$200 pesos por tour.
Staff	\$200 pesos por tour.
Director	\$800 pesos por fin de semana.



Estudio técnico

4.22. Capacidad Instalada

Actualmente Ixtabiketours tiene una capacidad instalada para atender a 6 tours por fin de semana.

CAPACIDAD INSTALADA ACTUALMENTE		
Semanalmente	Mensualmente	Anualmente
6 Tours (5 personas X tour)	24 Tours	288 Tours

Fuente: Elaboración propia con base en nuestra capacidad instalada.

Ubicación de la planta

Como actualmente Ixtabiketours no vende productos tangibles, sino servicios, no es necesaria la renta de algún espacio físico para ofertar nuestros servicios, más bien pretendemos tener un stand móvil con el cual nos podremos mover en diferentes puntos de para montarlo en días y horas estratégicos.

- 1.-Ixtapan de la Sal
- 2.-Tonatico, estado de México.
- 3.-Grutas de Cacahuamilpa, estado de Guerrero.
- 4.-Taxco de Alarcón, Guerrero.



4.23. Estado actual de las instalaciones, maquinaria y fuerza de trabajo de la empresa

Actualmente Ixtabiketours no cuenta con la maquinaria y equipo completo para realizar más diversidad de “Expediciones de montaña” tanto de senderismo como de ciclismo de montaña.

Actualmente solo cuenta con los siguientes recursos:

- 1.- 1 Bicicleta de ciclismo de montaña
- 2.- 1 Equipo de protección (Casco y guantes)
- 3.-1 Computadora con acceso a internet.
- 4.-1 Celular con cámara fotográfica.

A continuación se muestra una tabla con toda la maquinaria y equipo para ir mejorando la operación de Ixtabiketours e ir generando más utilidades.



4.24. Maquinaria y equipo requerido

Maquinaria y equipo				
Maquinaria.	Descripción o modelo	Costo	Unidades	Costo total
Computadora	Laptop HP Touch 11.6 plg 4Gb RAM 500Gb DD.	9,999	1	9999
Impresora	Impresora hp.	1399	1	1399
Mouse	Mouse hp.	229	1	229
Sillas	Sillas con cojín.	429	4	1716
Stand	Stand publicitario.	2916	2	5832
Porta bicis	Rack de bicis.	1249	1	1249
Equipo de limpieza	Escoba, recogedor, desinfectantes.	\$500	1	500
Lonas	Con logo de Ixtabiketours.	\$90	10	900
Cascos	Cascos de niños, y adultos.	1,195	5	5975
Cámara acuática	Cámara go pro.	6249	1	6249
Cámara de fotografía	Cámara fotográfica profesional.	5800	1	5800
Casa de campaña	Casas de campaña.	399	5	1995
Lámparas de bici	Lámpara para bicis de led.	599	5	2995
Lámparas de mano	Lámpara de mano.	439	1	439
Radios	Par de radios de alta frecuencia.	1059	5	5295
Bombas	Bomba de aire	979	1	979
Cámaras de bici	Cámaras para llanta de bici rodada 29	75	15	1125
Parches	Paquetes de parches	45	5	225
Llaves alen	Llaves alen	50	5	250
Aceite	Aceite para cadena "Flnish line"	231	1	231
Carcher para limpiar bici	Carcher para lavar bicis	2,689	1	2689
Carpa plegable	Carpa plegable color rojo 3m x 3m	950	1	950
Kit de primeros auxilios	Kit de primeros auxilios.	450	2	900
Chalecos Salvavidas	Chalecos Salvavidas.	329	5	1645
Pantalla de plasma	Pantalla Sony 32 pulgadas.	6450	1	6450
Troncha cadena	Troncha cadena de bicicleta "Parktool"	299	3	897
Limpia cadena	Lava cadena de bicicleta "Parktool"	249	2	498
Bicis	Bici de montaña	7500	3	22500
Transporte	Camioneta Eurovan	140,000	1	140,000
			Total	\$229,900

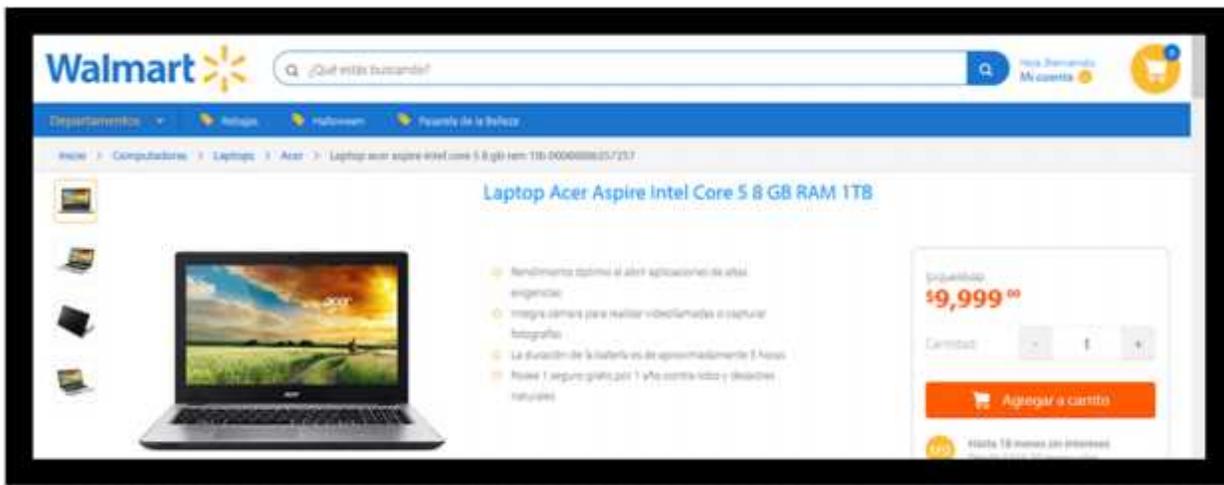


1.- Computadora

Modelo: Laptop acer Intel core 5 8gb ram 1tb

Precio:\$9,999

Tienda: Wal-Mart.



2.- Impresora

Modelo: Multifuncional de inyección hp deskjet advantage 3635

Precio:\$1399

Tienda: Wal-Mart



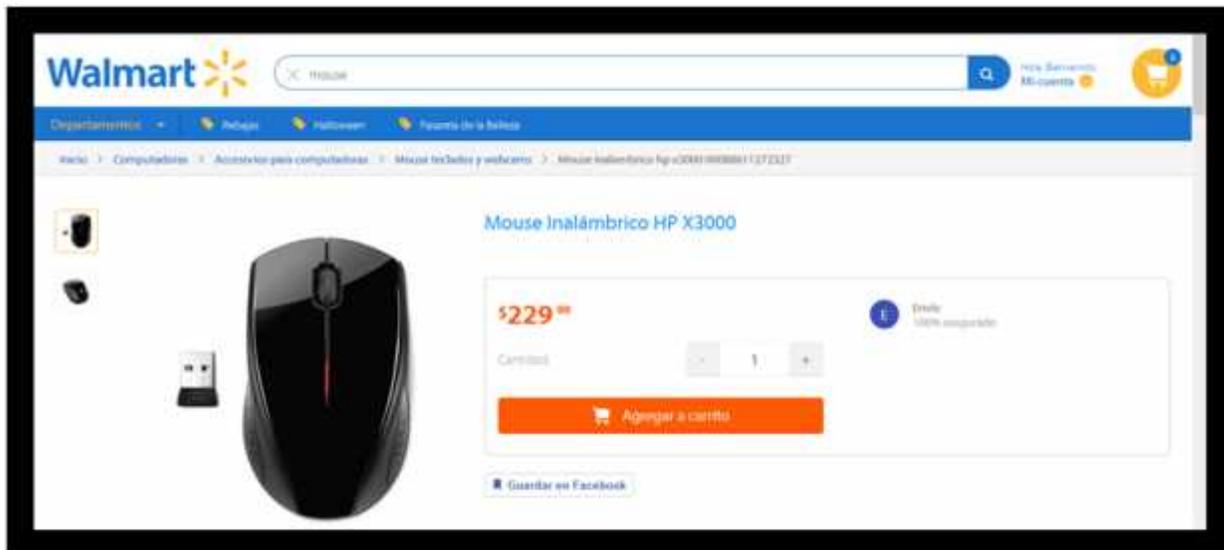


3.- Mouse

Modelo: Mouse inalámbrico hp x3000

Precio:\$229

Tienda: Wal-Mart

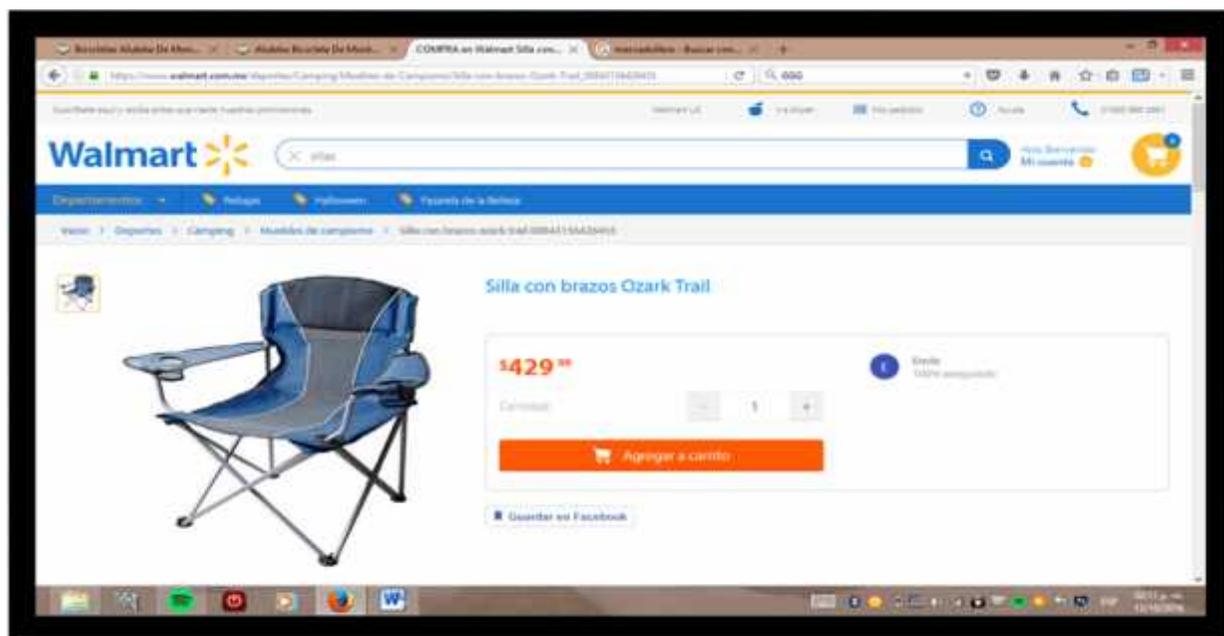


4.- Sillas

Modelo: Silla con brazos marca "Ozrac trail"

Precio: \$429

Tienda: Wal-Mart



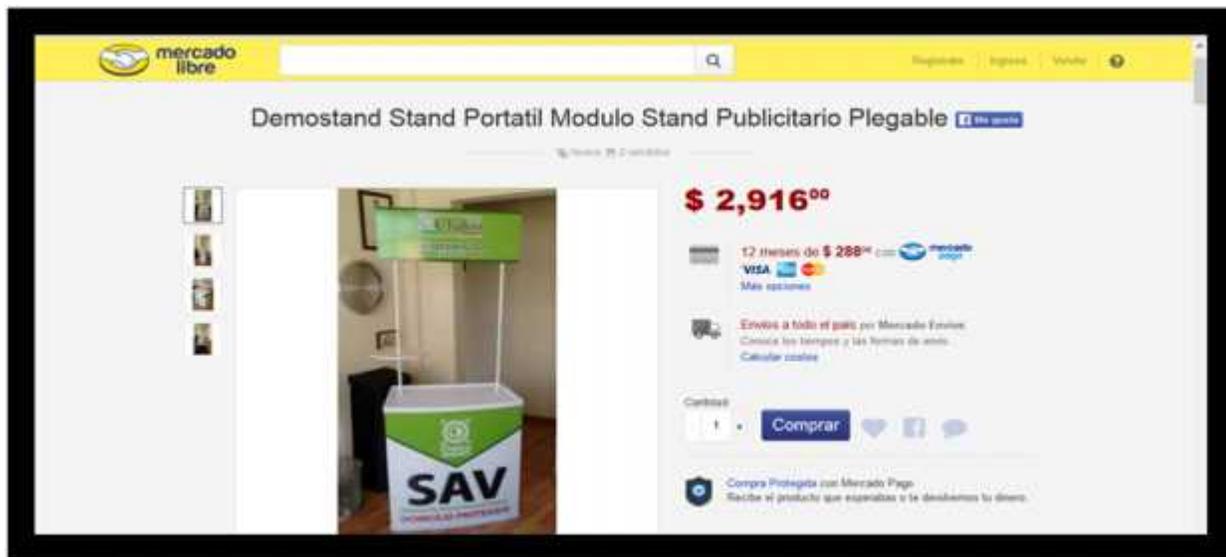


5.- Stand

Modelo: Stand publicitario

Precio: \$2,916

Tienda: Mercado libre México.

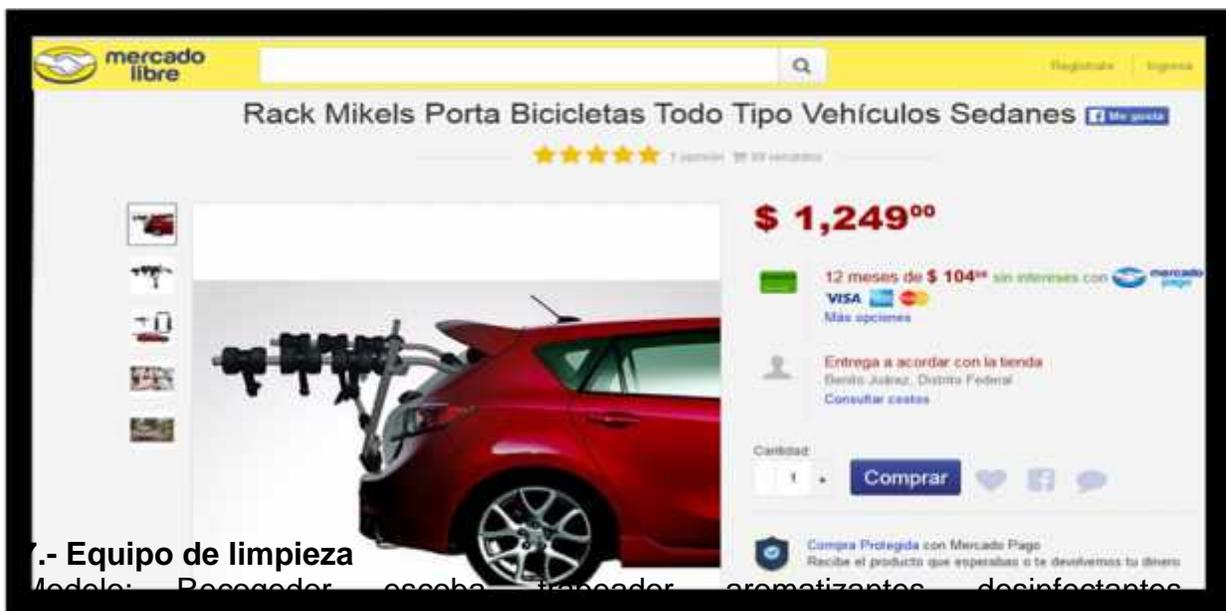


6.- Porta bicis (Rack)

Modelo: Porta bicis para camioneta

Precio: \$1,249

Tienda: Mercado libre



7.- Equipo de limpieza

Modelo: Recogedor, escoba, limpiador, aromatizantes, desinfectantes

Precio: \$300



Tienda: Ferretería Gildardo



8.- Lonas

Modelo: Lonas de vinyl con el logo de Ixtabiketours

Precio: \$90 pesos por lona

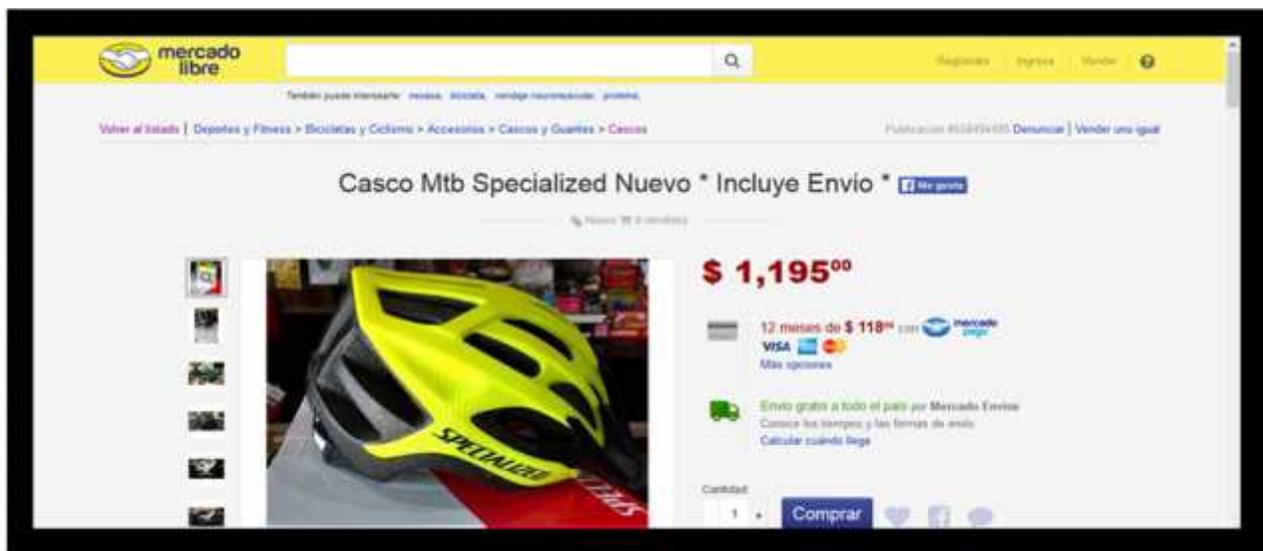
Tienda: Vector creativo en Ixtapan de la Sal, estado de México.



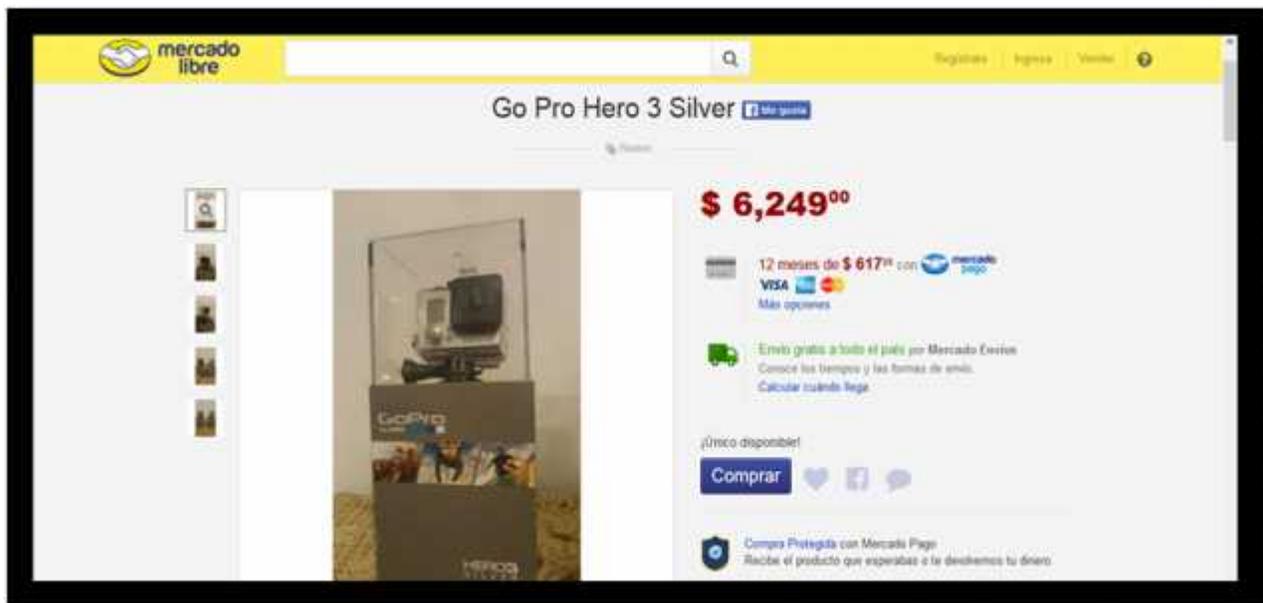
9.- Cascos



Modelo: Cascos de adulto
Precio: \$1,195
Tienda: Mercado libre México



10.- Cámara acuática
Modelo: Go pro hero 3
Precio: \$6,249
Tienda: Mercado libre



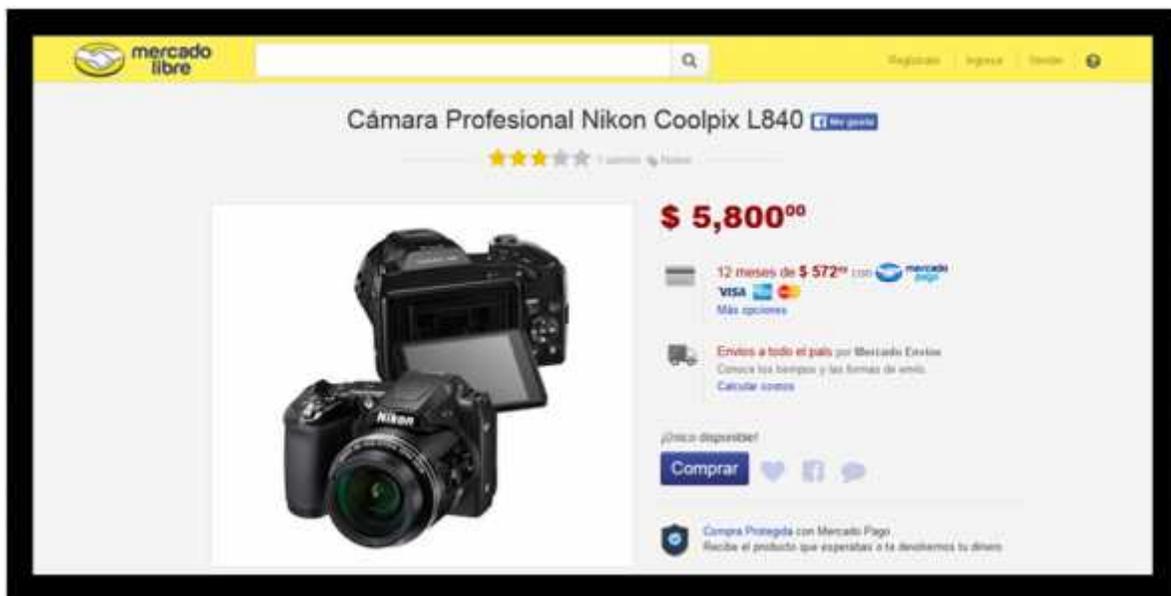


11.- Cámara de fotografía digital

Modelo: Nikon Coolpix L840

Precio: \$5,800

Tienda: Mercado libre México



12.- Casas de campaña

Modelo: Casas de campaña "Ozrac Trail"

Precio: \$399

Tienda: Mercado libre México



13.- Lámparas para bicicleta

Modelo: Lámpara Solarstorm 5000 lúmenes

Precio: \$1,200

Tienda: Mercado libre México



14.- Lámparas de mano

Modelo: Lámparas de mano 3100 lúmenes led xlm-t6 Recargable

Precio: \$439

Tienda: Mercado libre México

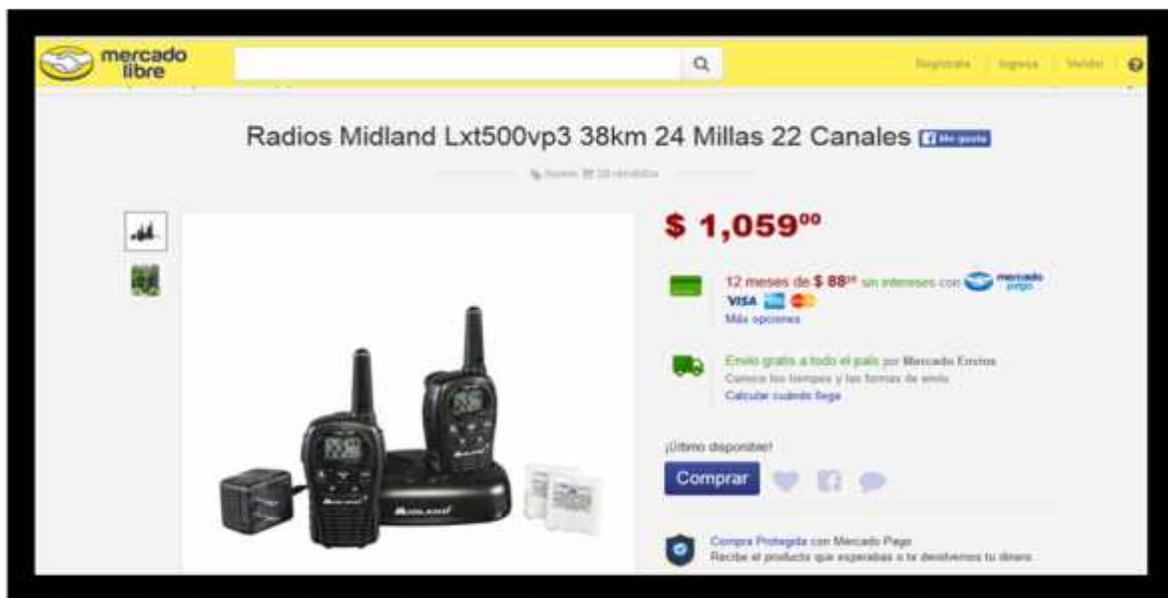


15.- Radios de alta frecuencia

Modelo: Radios Midland Ixt500vp3 38km y 22 canales

Precio: \$1059 el par.

Tienda: Mercado libre México.

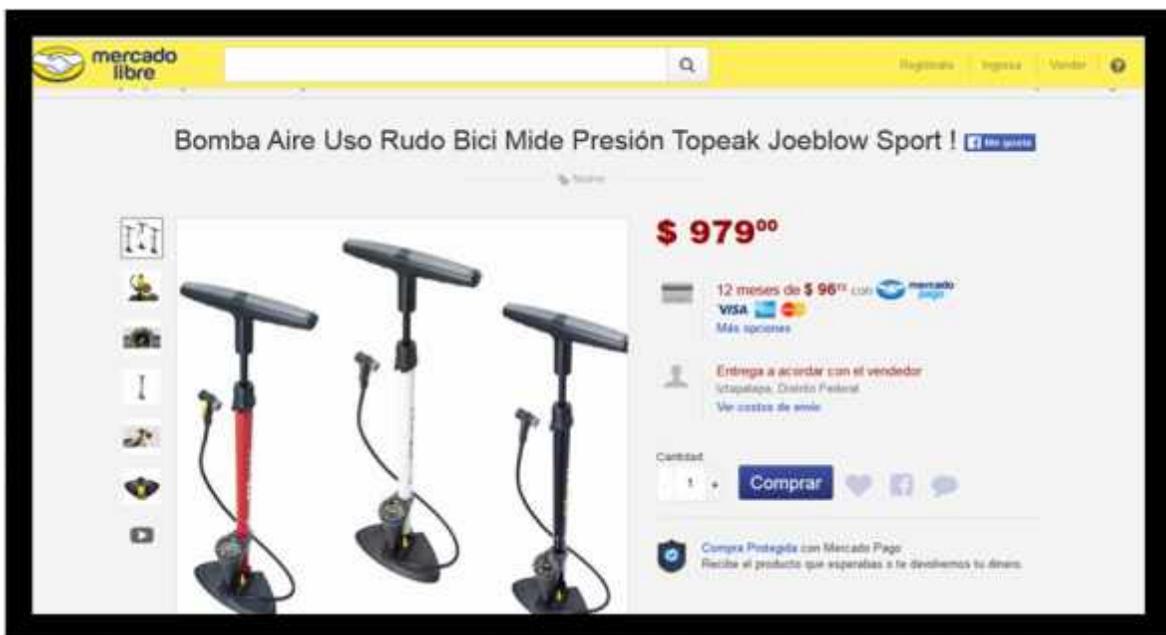


16.- Bomba de aire

Modelo: Bomba de aire de uso rudo “Topeak Joeblow Sport”

Precio: \$979

Tienda: Mercado libre México.



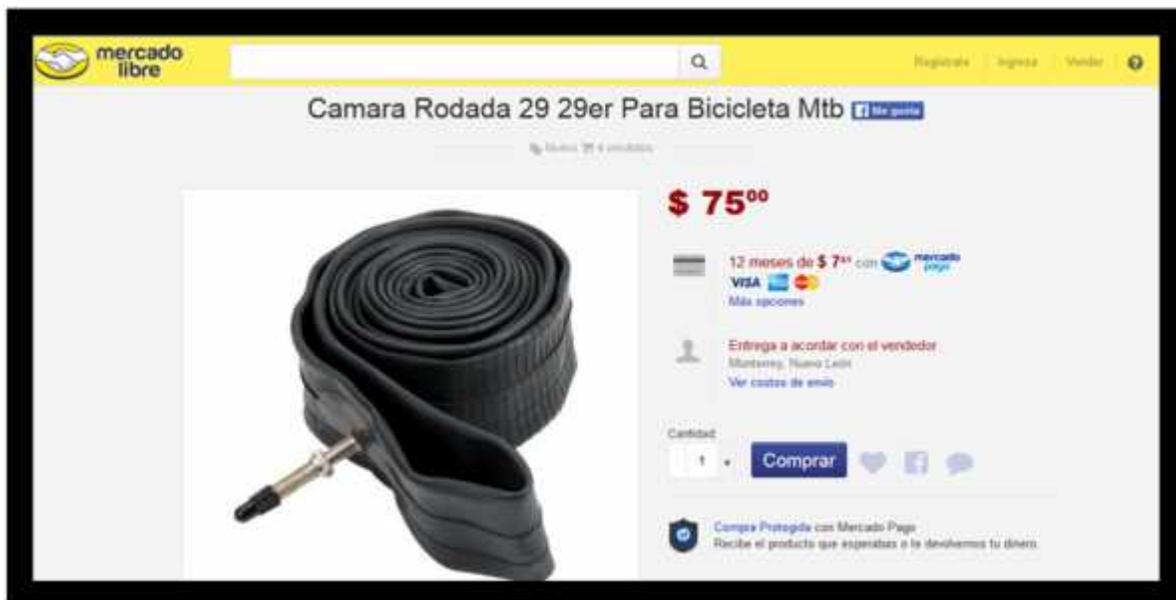
17.-Cámaras de llanta de ciclismo (Rodada 26)

Modelo: Cámara rodada 29er para bicicleta de montaña mtb

Precio: \$75 C/una.



Tienda: Mercado libre México.

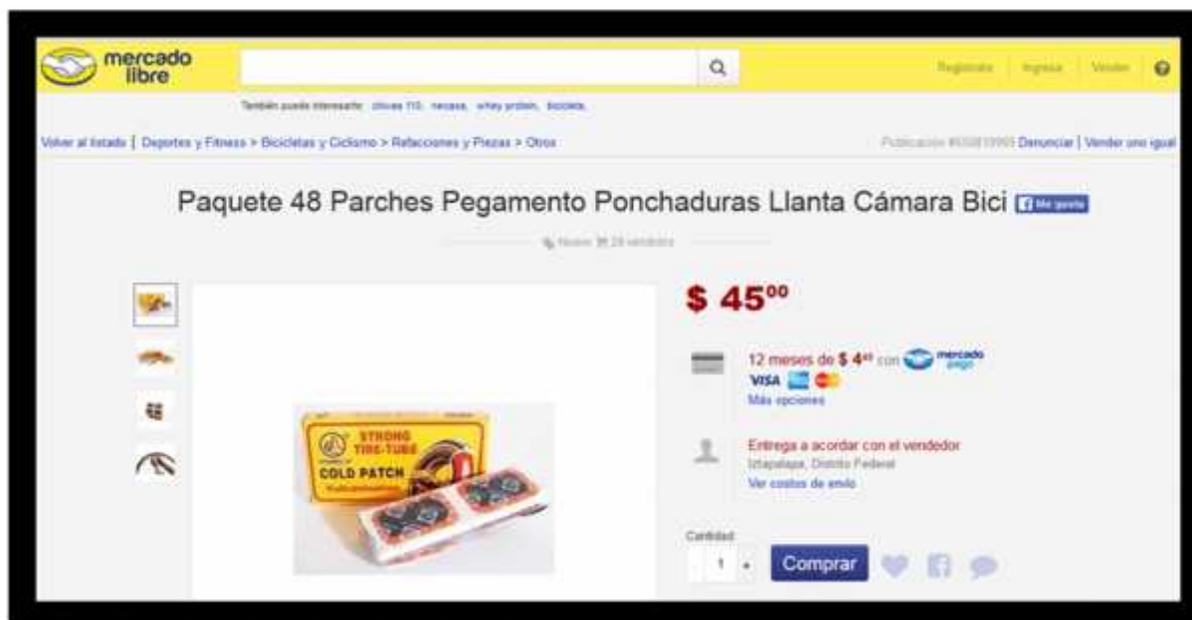


18.- Parches de ciclismo

Modelo: Parches para reparar llantas de bicicletas de montaña.

Precio: \$45

Tienda: Mercado libre México.



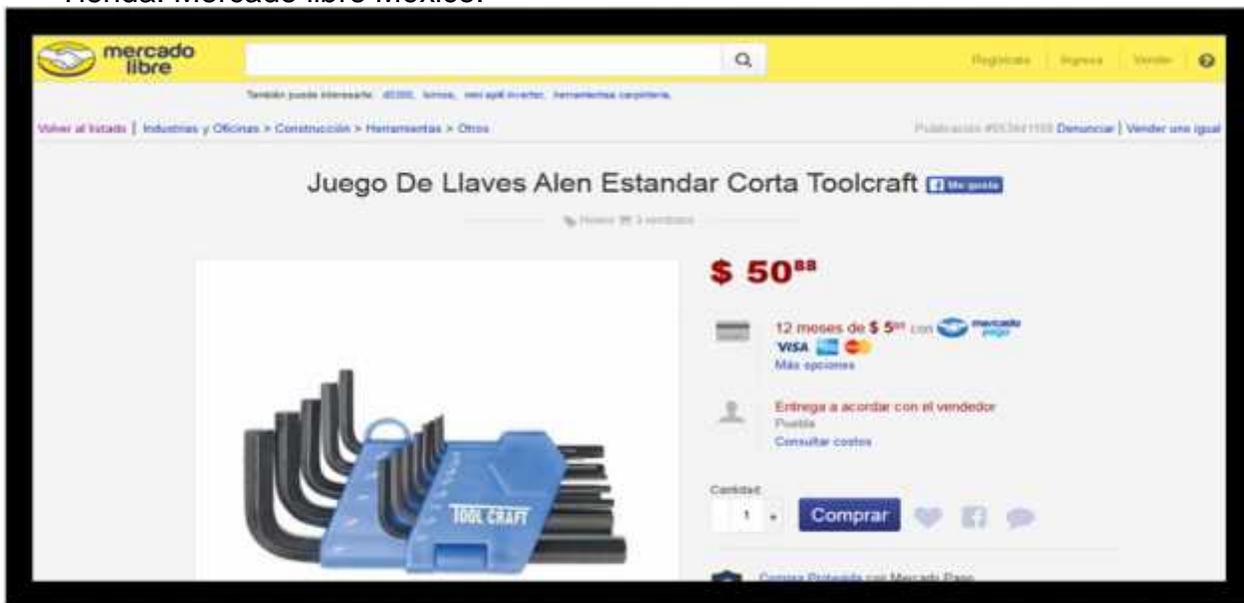


19.- Juego de llaves Allen

Modelo: Juego de llaves Allen "Toolcraft"

Precio: \$50

Tienda: Mercado libre México.

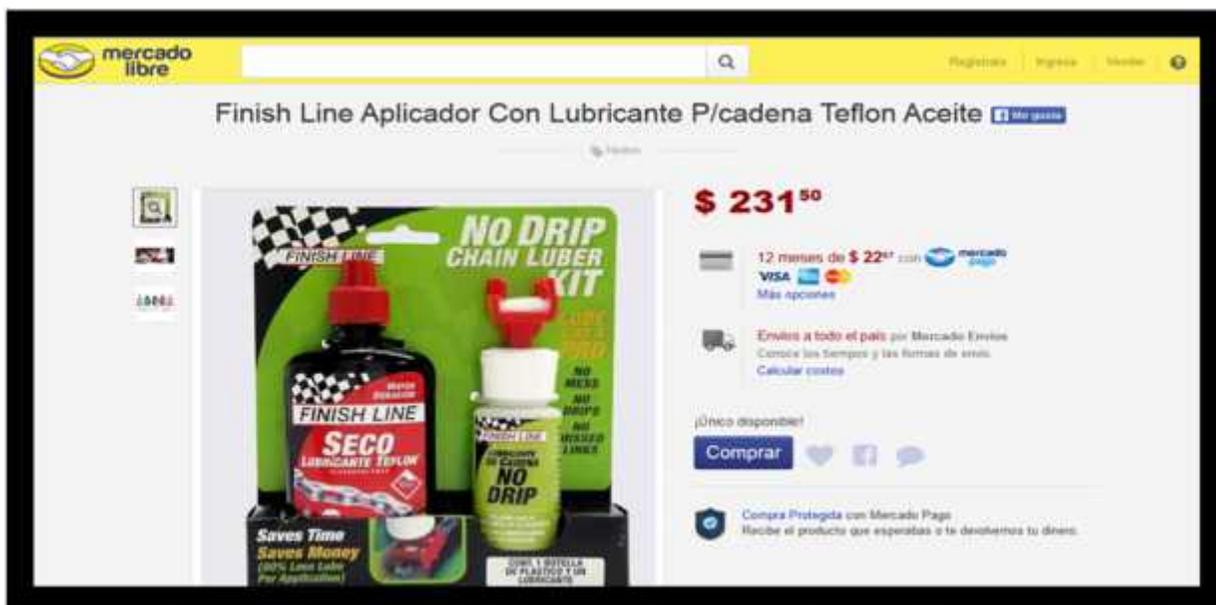


20.- Aceite para cadena de ciclismo

Modelo: Aceite para cadena "Finish line" Lubricante (Seco)

Precio: \$231 c/uno

Tienda: Mercado libre México.



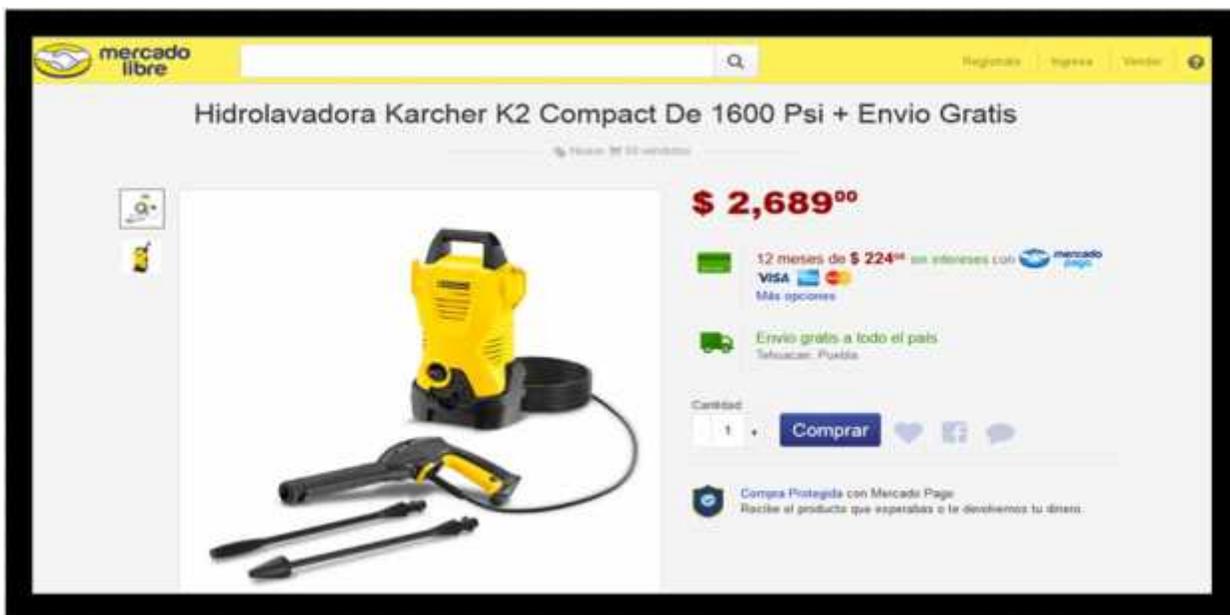


21.- Karcher para limpiar bicicletas

Modelo: Hidrolavadora Karcher K2

Precio: \$2,689

Tienda: Mercado libre México.

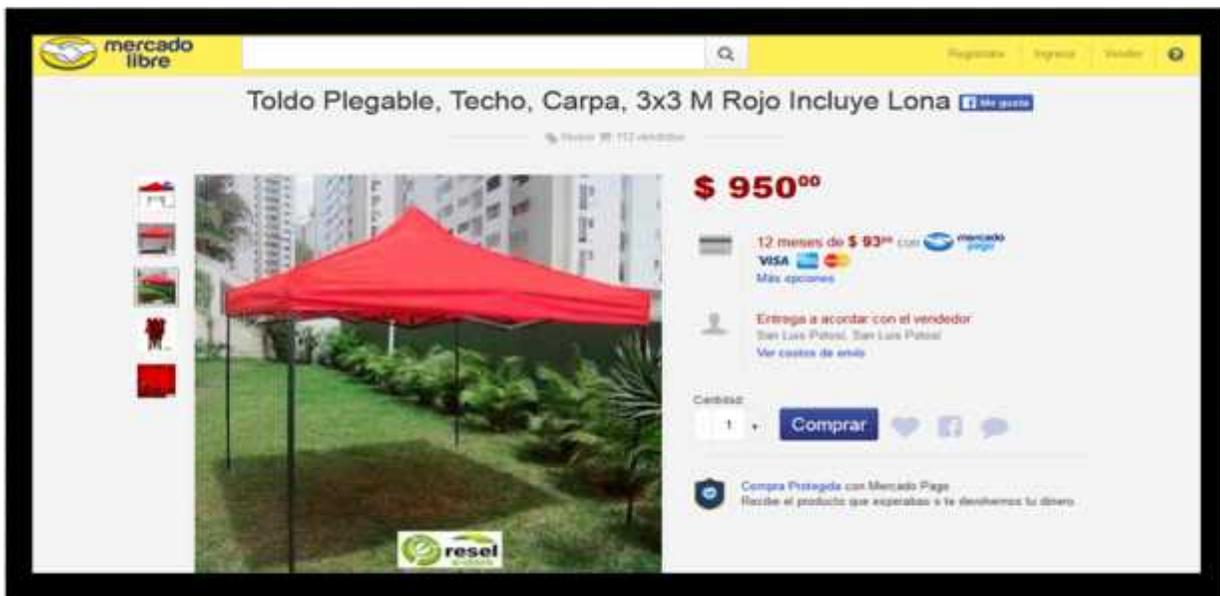


22.- Carpa plegable

Modelo:

Precio: \$950.

Tienda: Mercado libre México.



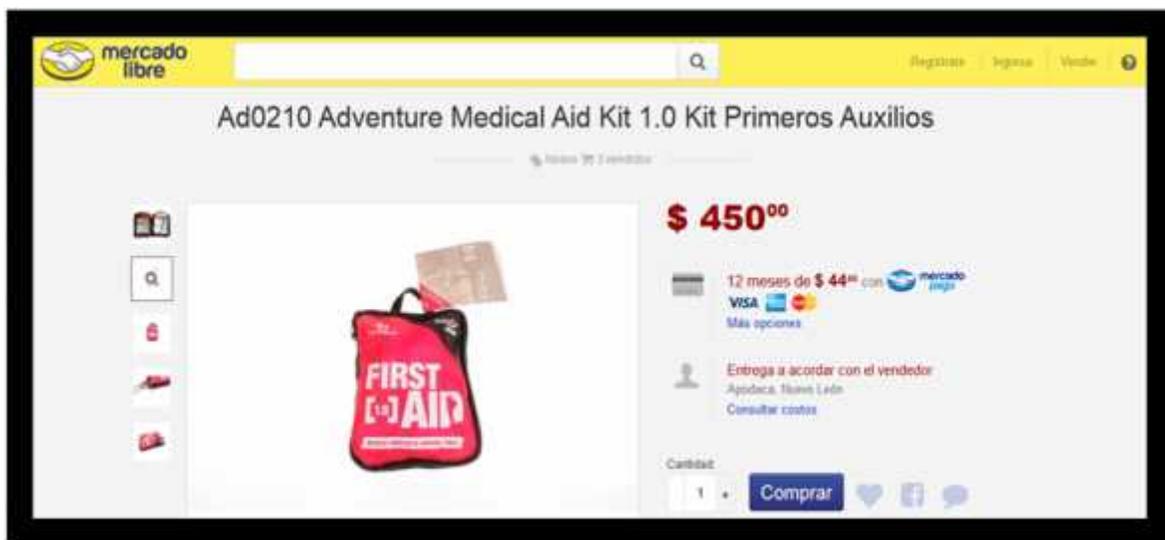


23.- Kit de primero auxilios

Modelo: Adventure Medical aid kit (Primeros auxilios)

Precio: \$450

Tienda: Mercado libre México.

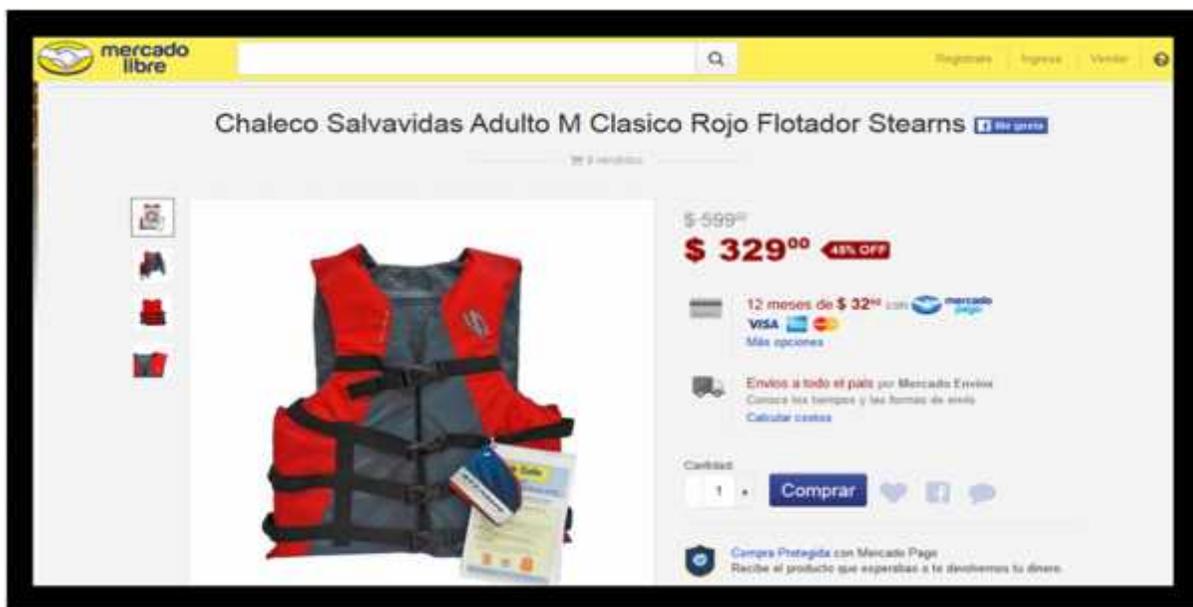


24.- Chalecos salvavidas

Modelo: Chaleco Salvavidas Adulto M Clásico Rojo

Precio: \$329 c/uno.

Tienda: Mercado libre México.



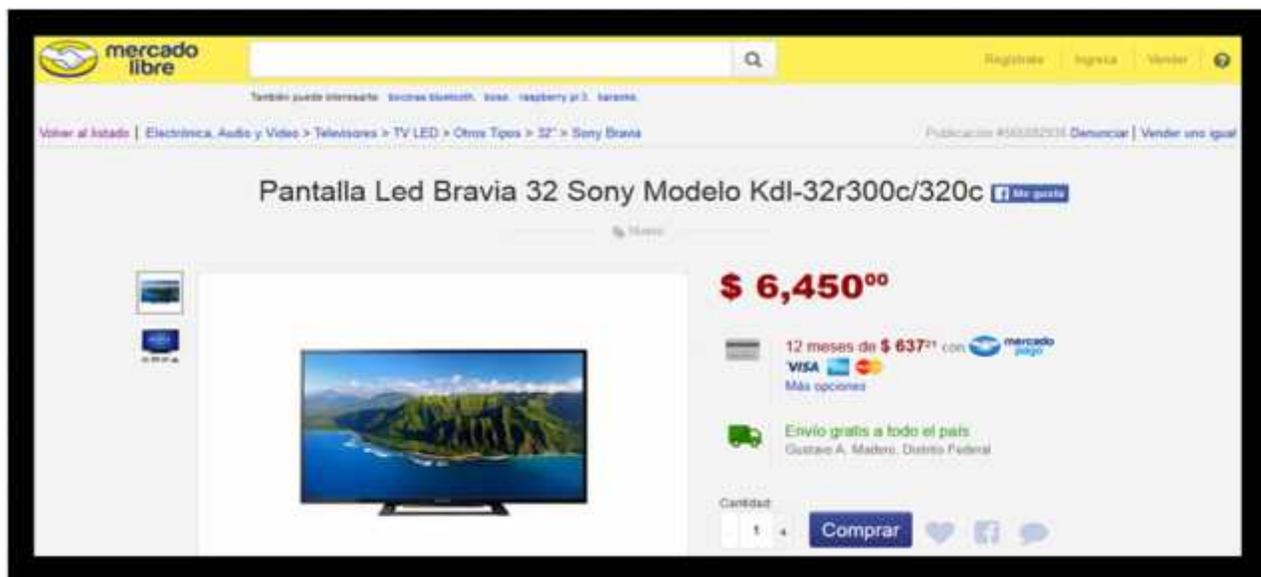


25.- Pantalla de plasma

Modelo: Pantalla led Bravía 32 Sony Modelo kdl-32r300c/320c

Precio: \$6,450

Tienda: Mercado libre México.

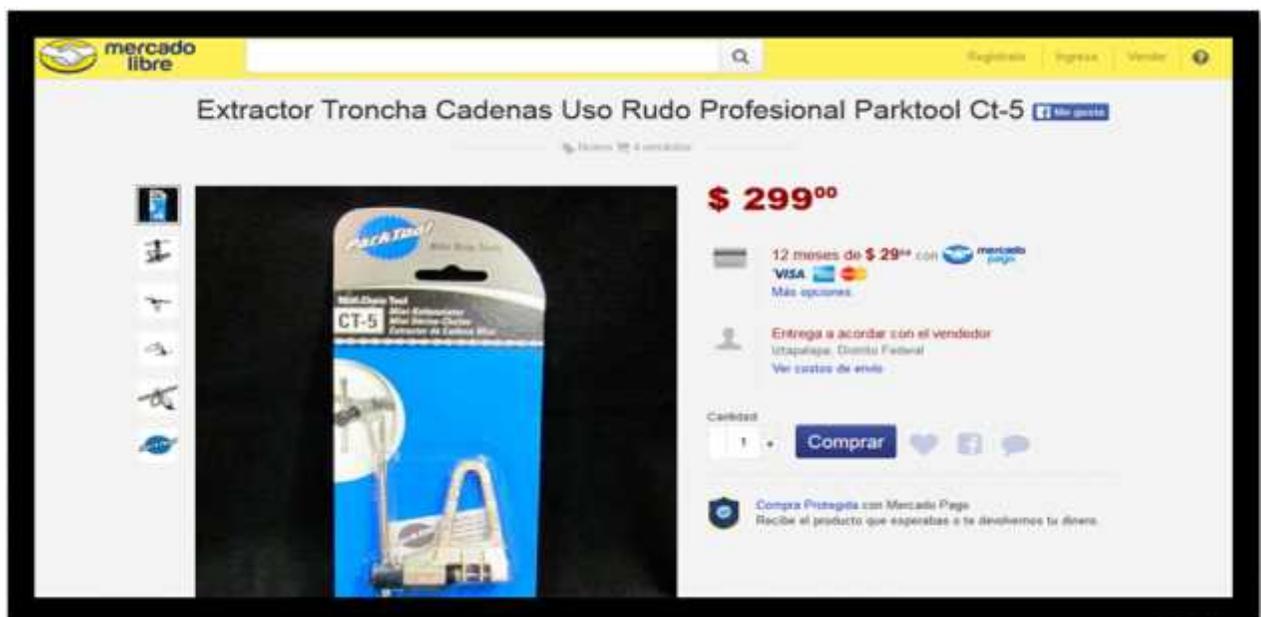


26.- Troncha cadena

Modelo: Troncha cadena marca "ParkTool"

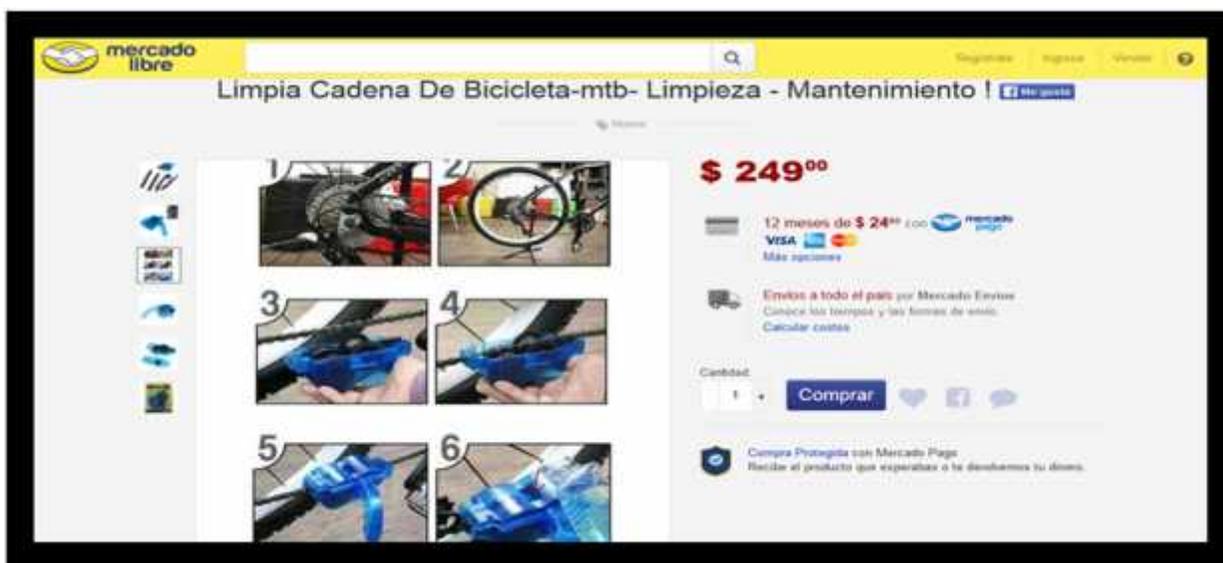
Precio: \$299 por pieza.

Tienda: Mercado libre México.

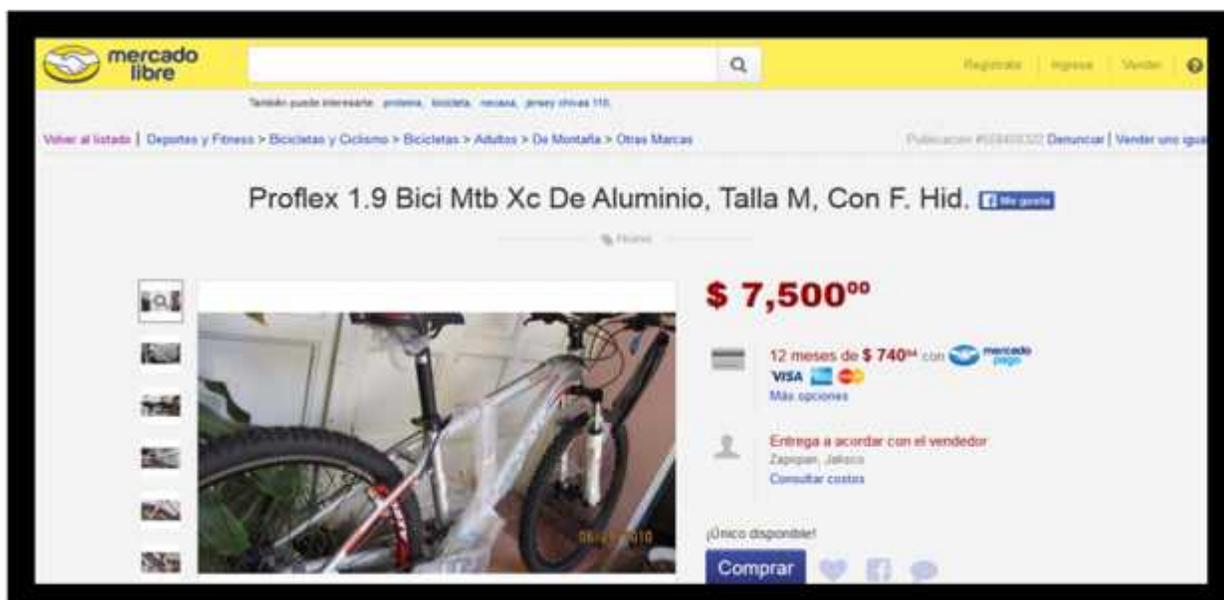




27.- Limpia cadenas
Modelo: Limpia cadenas "Parktool"
Precio: \$249 c/una.
Tienda: Mercado libre México.



28.- Bicicletas de montaña
Modelo: Bicicleta de montaña Proflex aluminio Talla M Rodada 26.
Precio: \$7,500 c/una.
Tienda: Mercado libre México.





29.- Transporte: Camioneta EUROVAN para 17 pasajeros
Precio: \$139 000
Tienda: Mercado libre México

The screenshot shows a product listing on the Mercado Libre website. At the top, there is a yellow navigation bar with the Mercado Libre logo and a search bar. Below the navigation bar, there are breadcrumb links: "Volver al listado | Autos, Motos y Otros > Autos y Camionetas > Volkswagen > Transporter". The main title of the listing is "Volkswagen Transporter EUROVAN 17 pasajeros". Below the title, there is a "Me gusta" button and the price "\$ 139,500". The listing also includes the year "2009" and "135000 km", and the location "Distrito Federal - Tláhuac - Tláhuac Centro". There is a section for the seller, "Anunciante: Axel", with a "Ver teléfono" button and a "todo el día" icon. Below this, there is a text input field labeled "Escribe tu consulta". At the bottom of the listing, there is a "Consultar" button and social media icons for Facebook and Twitter. On the left side of the listing, there is a large photo of the white van, and above it, a row of smaller thumbnail images.



4.25. Estrategias de trabajo

4.25.1. Asociación con prestadores de servicios (Networking)

La lista de asociados clave con los que cuenta “Ixtabiketours” son las siguientes asociaciones y personas:

- Policía municipal de Ixtapan de la Sal, Tonatico, Grutas de Cacahuamilpa, Taxco de Alarcón, Zacualpan.
Dirección de turismo de Zacualpan, estado de México.
- Dirección de grutas de la estrella, Tonatico, estado de México.
- Dirección de grutas de Cacahuamilpa.
- Casas productoras de Pulque, Coyote y mezcal en Ixtapan de la Sal, estado de México.
- Casas de artesanías de barro en Ixtapan de la Sal, estado de México.
- Zonas de camping en Ixtapan de la Sal, Grutas de Cacahuamilpa, Taxco de Alarcón, Zacualpan.
- Estacionamientos en Ixtapan de la Sal, Grutas de Cacahuamilpa, Taxco de Alarcón, Zacualpan.
- Ciclistas de Ixtapan de la Sal, Tonatico, Tenancingo, Villa Guerrero (Guías de montaña)
- Camionetas para fletes de bicicletas.
- Servicios de parapente con guía personal.
- Precios preferenciales en balneario municipal de Ixtapan de la Sal, estado de México.
- Alianza con Hotel el Romano (Ixtapan de la Sal, estado de México)

4.25.2. Recursos clave que obtenemos de nuestras alianzas

A continuación tenemos una tabla donde están tabulados los recursos clave que nosotros compramos a nuestros proveedores (Prestadores de servicios) que no son competencia directa de “Ixtabiketours” para armar paquetes integrales a nuestros clientes.



Número	Actividad	Costo	Tour en el que necesitamos el servicio o actividad.
1	Servicio de parapente y guía.	\$1600 por persona.	Tour del parapente.
2	Servicio de guías	\$150 por rodada por guía. (1 guía por cada 5 personas)	Todas los tours.
3	Servicio de rappel en rio subterráneo	\$250 por persona.	Tour de las grutas de la estrella.
4	Servicio de camping	\$100 por persona	Tours especiales
5	Servicio de agua termal en horario matutino	\$60 por persona	Tour del nevado.
6	Servicio de hotelería "Hotel Romano"	\$300 por persona	Tour especiales.
7	Servicio de aguas termales en horario nocturno	\$100 por persona	Tours especiales.
8	Venta de pulque	\$15 pesos por persona.	Tour del borracho.
9	Venta de coyote (Bebida artesanal)	\$25 pesos por persona.	Tour del borracho.
10	Venta de cerveza	\$20 pesos por persona.	Tour del borracho.
11	Servicio de cabalgatas	\$100 pesos por persona (30 minutos)	Tours especiales.
12	Servicio de transporte para bicicletas y personas Ixtapan-Nevado.	\$300 pesos por persona. (Mínimo 3 personas)	Tour del Nevado de Toluca-Ixtapan de la Sal.
13	Servicio de grutas de Cacahuamilpa	\$75 pesos por	Tours especiales.



		persona	
14	Servicio de masajes corporales	\$150 por persona(30 minutos)	Tours especiales.
15	Servicio de estacionamiento	\$50 pesos por un día.	Tours especiales.
16	Servicio de explicación de proceso de elaboración del barro	\$50 pesos por grupo de personas.	Tour del barro.
17	Entrada a grutas de Cacahuamilpa	\$70 por persona	Tours especiales.
18	Temazcal	\$150 por persona	Tours especiales (Mínimo 10 personas)
19	Spa	\$250 por persona	Bike-Spa.
20	Estacionamiento	\$50 por coche.	Sierra y agua azul.
21	Transporte Ixtapan-Sierra y agua azul	\$150 por persona	Sierra y agua azul.
22	Visita a lobos y venados	\$50 por persona	Lobos y venados.
23	Transporte Ixtapan-Nevado	\$1000 por 5 personas con sus bicis.	Nevado-Ixtapan.
24	Entrada a pozas azules	\$25 por persona.	Pozas azules atzala.
25	Transporte Ixtapan-Taxco (Redondo)	\$150 por persona.	Pozas azules de atzala.
26	Transporte Ixtapan-Coatlan (Redondo)	\$120 por persona.	El hoyanco mtb.
27	Servicio de Rappel en rio subterráneo en grutas de la estrella	\$220 por persona.	Biciaventurate
28	Transporte Ixtapan-Zacualpan (Redondo)	\$110 por persona	Tierras de Cuauhtémoc.
29	Entrada a valle escondido	\$25 por persona	Valle escondido.
30	Proceso de elaboración del dulce de pipián	\$25 por persona	Barrancas MTB.



4.26.3. Recursos clave del modelo de negocio

En la siguiente tabla se van a ponderar los recursos claves de la empresa de acuerdo a la experiencia que se ha adquirido en los últimos 2 años de operación y según el comportamiento del mercado.

Recursos clave	Actividad que se realiza	Ponderación de importancia en la empresa.
Físicos	1.- Bicicletas para dar tours 2.- Radios para comunicarse en las montañas. 3.- Lámparas para rentar en los tours nocturnos. 4.- Casas de campaña para rentar en los tours. 5.- Servicio de transporte para ofrecer paquetes completos. 6.- Cámara fotográfica de alta resolución 7.- Camioneta para transportar a los clientes y sus bicicletas. 8.- Herramienta para dar servicio a las bicicletas. 9.- Botiquín de primeros auxilios. 10.- Impresora para materializar la publicidad.	25%
Intelectuales	1.- Conocimiento de las rutas. .2.- Los guías deben conocer las sinergias que tenemos con personas de corte público y privado. 3.- Los guías deben saber primeros auxilios. 4.- Contar con conocimientos de promoción y publicidad vía Facebook.	50%
Humanos	1.- Los guías deben contar con buena	25%



4.26. ¿Cómo llevará Ixtabiketours a la rentabilidad?

4.26.1. Estrategias de Mercadotecnia

- Crear una cartera de clientes formales y frecuentes para mantenerlos informados de los tours a realizar en fechas próximas y ofrecerles precios y promociones especiales, a fin de mantener su preferencia, esto a través de contratar y crear un área específica para la venta y promoción de los tours, la base de datos será en Excel, dedicando un porcentaje específico de las utilidades a la promoción de nuestro servicio. La creación de una página de internet donde se encuentren todos los servicios que ofrecemos con un guía virtual que muestre los recorridos, actividades e instalaciones.
- Atracción de nuevos clientes a través de un personal de relaciones públicas, dedicado a buscar nuevos clientes principalmente en eventos deportivos y empresas de la región interesadas en la integración de sus empleados.
- Complementar nuestros servicios con la renta del equipo necesario para realizar las actividades, así como equipo para grabar y monitorear el tour que se desee vender a fin de dar una idea más cercana al cliente de lo que será la experiencia al realizar la actividad.

4.26.2. Estrategias de recursos humanos

- Crear un manual de organización, dentro del cual se describirá de forma específica el número de empleados necesarios para la operación de la empresa y las características que deberá tener el personal, se realizara durante la jornada laboral del gerente de Recursos Humanos. El reclutamiento y contratación del personal deberá estar regido por las características que requiere el puesto vacante.
- Evaluar la utilidad y funcionamiento de las actividades que se ofrecerán, con el personal de la empresa, evaluando los resultados y haciendo las mejoras y ajustes necesarios que detecten los trabajadores, deberán



entregar dos propuestas de mejora por empleado en cada actividad. Esto integrara al personal y funcionara como capacitación del personal.

4.26.3. Estrategias de Finanzas

- Control de ingresos y egresos de cada una de las áreas funcionales de la empresa, utilizando un sistema contable (Excel) para mantener abastecida y en buen funcionamiento cada área, recopilara facturas, notas y evidencia de lo gastado por cada área para registrarlo. Esto también ayudara a establecer el precio (porcentaje de ganancia) de cada tour según los requerimientos de cada uno y estar conscientes de costos para buscar los mejores proveedores.
- Manejar distintos tipos de caja para evitar el mal uso de las utilidades, separando utilidad neta, nominas, reinversión, impuestos y otros gastos, estarán bajo control del encargado de finanzas con el compromiso de entregar cada fin de mes un registro detallado del estado de la empresa.

4.26.4. Estrategias de operaciones

- El uso de servicios outsourcing para el equipo nos permitirá evitar una descapitalización y evitar gastos de mantenimiento, así como la renta de un lugar más amplio para guardarlo. Con ello también se podrán ofrecer equipos con las características que requiera el cliente. Será a través de las alianzas estratégicas que se tendrá la disponibilidad del equipo.
- La descripción de puestos realizada en recursos humanos permitirá delegar responsabilidades específicas para poder conjuntar el trabajo y brindar el servicio más eficiente posible, realizando una prueba piloto antes de cada evento para prevenir contratiempos o fallas durante el recorrido.



4.27. Tácticas para llevar a cabo las estrategias

Tácticas/actividades	Encargado	Costo/Duración
Contratación de experto en Marketing	Director	Costo: \$ 3000 mensual Duración: permanente
Cartera de clientes actualizada	Área de promoción, publicidad y comunicación.	Costo: incluido en los costos fijos (pago de luz, internet y salario del gerente de MKT) Duración: permanente
Promoción/Publicidad impresa	Área de promoción, publicidad y comunicación.	Costo: 5% de las ventas Duración: permanente
Página de Internet	Área de promoción, publicidad y comunicación.	Costo: \$500 iniciales y \$200 mensuales Duración: permanente
Personal de Relaciones Publicas	Staff	Costo: 10% de comisión Duración: por evento
Renta de equipo	Área de promoción, publicidad y comunicación.	Costo: \$ 100 por equipo (3 horas) Duración: en cada evento
Equipo de audio y video	Área de promoción, publicidad y comunicación.	Costo: \$ 1 000 por evento (más de 50 personas) Duración: una renta por cada tipo de tour
Manual de organización	Área de promoción, publicidad y comunicación.	Costo: incluido en sueldo de recursos Humanos Duración: permanente
Registro Contable	Director	Costo: incluido en sueldo de finanzas Duración: permanente
Manejo de cajas por área y entrega de reporte mensual del estado financiero de la empresa	Director.	Costo: incluido en sueldo de Finanzas Duración: permanente
Evaluación del servicio por parte de los clientes	Guías.	Costo: \$ 5 por persona Duración: por evento
Delegar responsabilidades	Área de promoción, publicidad y comunicación.	Costo: incluido en sueldo de gerente de operaciones Duración: permanente



4.28. Capital financiero requerido

Para seguir creciendo a Ixtabiketours necesita una inversión de aproximadamente \$229,900 (Doscientos veintinueve mil novecientos pesos mexicanos)

Actualmente estamos en busca de socios para financiar el proyecto y seguir adelante con el desarrollo de nuevos servicios de aventura y captación de clientes.



Estudio financiero

4.29. Objetivos del estudio financiero

El objetivo principal de este estudio es el de probar la viabilidad económica del proyecto, en el van plasmados algunas estimaciones de posibles flujos de efectivo de la empresa, así mismo se busca obtener una tasa de retorno de inversión lo más pronto posible.

En este estudio utilizaremos diversas herramientas de contabilidad para probar este capítulo, los cuales son:

4.30. Flujo de Efectivo

El flujo de efectivo es un estado financiero que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Para el efecto debe determinarse el cambio en las diferentes partidas del balance general que inciden en el efectivo”.

Por lo tanto, de manera general, el estado de flujo de efectivo expone lo siguiente:

- Muestra las entradas y salidas que representan el origen y la aplicación de los recursos en cierto periodo.
- En un entorno inflacionario, elimina los efectos de la inflación reconocidos en los estados financieros.
- Se expresa en valores nominales.
- En la presentación del estado financiero, muestra la generación o utilización de efectivo en actividades de operación, inversión y financiamiento.
- Para formular el estado financiero se puede utilizar el método directo o indirecto, pero ambos consideran las entradas y salidas de efectivo en el periodo.



4.31. Estado de Resultados

El estado de resultados (o de ingresos o de pérdidas y ganancias) indica los resultados de las actividades de una empresa dirigidas al logro de utilidades durante el periodo que abarca. Indica los ingresos, gastos, ganancias, pérdidas y la utilidad (o pérdida) neta resultante. El estado de resultados presenta cifras de los componentes de la utilidad y de las ganancias por acción.

El estado de resultados mide el desempeño de un negocio durante un lapso determinado generalmente un trimestre o un año. La ecuación con que se obtiene es la siguiente:

$$\text{Ingresos} - \text{Gastos} = \text{Utilidades}$$

Si pensamos en el balance general como una fotografía, entonces podemos pensar en el estado de resultados como una película de video que cubre cierto periodo desde un "antes" hasta un "después".

Lo primero que se reporte en un estado de resultados, por lo general, son los ingresos y los gastos provenientes de las principales operaciones de la empresa. Las partes subsecuentes incluyen, entre otros gastos financieros tales como los intereses pagados. Los impuestos pagados se registran de manera separada. El último renglón corresponde a la utilidad neta (la así llamada línea de fondo); se expresa frecuentemente en Unidad Monetaria por Acción y recibe el nombre de Utilidades por Acción. (UPA)



4.32. Balance General

El balance general es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto).

El balance general, por lo tanto, es una especie de fotografía que retrata la situación contable de la empresa en una cierta fecha. Gracias a este documento, el empresario accede a información vital sobre su negocio, como la disponibilidad de dinero y el estado de sus deudas.



4.33. Flujo de efectivo estimado al primer año

4.33.1. Entradas de efectivo

Entradas		Mes: Enero
Concepto		Cantidad
1 Tour para 10 personas Nevado-Ixtapan (Principiantes)		\$2.500.00
1 Tour para 10 personas (Pozas azules de Atzala)		\$2.050.00
1 Tour para 10 personas (Tierras de Cuauhtémoc)		\$ 2500.000
Total		\$7.050.00

Entradas		Mes: Febrero
Concepto		Cantidad
1 tour para 10 personas (Lobos y venados)		\$1.900.00
1 tour para 10 personas (Nevado - Ixtapan de la Sal)		\$2.500.00
1 Tour para 10 personas (El hoyanco MTB)		\$1.800.00
1 Tour para 10 personas (Mirador MTB)		\$800
Total		\$7000

Entradas		Mes: Marzo
Concepto		Cantidad
1 Tour para 10 personas (Barrancas MTB)		\$1.950.00
1 Tour para 10 personas (Bici-Spa para principiantes)		\$2.200.00
1 Tour para 10 personas (Piedras y cuevas MTB)		\$ 1700.0.00
1 Tour para 10 personas (Pozas azules de atzala)		\$2.050.00
Total		\$7.900.00



Entradas		Mes: Abril
Concepto		Cantidad
1 Tour para 10 personas Nevado-Ixtapan (Principiantes)		\$2.500.00
1 Tour para 10 personas (Valle escondido MTB)		\$1.950.00
1 Tour para 10 personas (Pozas azules de Atzala)		\$2.050.00
1 Tour para 10 personas (Tierras de Cuauhtémoc)		\$ 2500.0.00
Total		\$9.000.00

Entradas		Mes: Mayo
Concepto		Cantidad
1 Tour para 10 personas (Barrancas MTB)		\$1.950.00
1 Tour para 10 personas (Bici-Spa para principiantes)		\$2.200.00
1 Tour para 10 personas (Piedras y cuevas MTB)		\$ 1700.0.00
1 Tour para 10 personas (Pozas azules de atzala)		\$2.050.00
Total		\$7.900.00

Entradas		Mes: Junio
Concepto		Cantidad
1 Tour para 10 personas (Bici-aventúrate MTB)		\$2.200.00
1 Tour para 10 personas (Pulque MTB)		\$1.550
1 Tour para 10 personas (Nevado-Ixtapan MTB)		\$2.500
1 Tour para 10 personas (Sierra y agua azul MTB)		1650
Total		\$7.900



Entradas		Mes: Julio
Concepto	Cantidad	
1 Tour para 10 personas (Borracho MTB)	\$1.400.00	
1 Tour para 10 personas (Piedras y cuevas MTB)	\$1.700.00	
1 Tour para 10 personas (Hoyanco MTB)	\$1800	
1 Tour para 10 personas (Rodada nocturna MTB)	1600	
1 Tour para 10 personas (Nevado-Ixtapan MTB)	2500	
1 Tour para 10 personas (Tierras de Cuauhtémoc)	2500	
Total	\$9.700.00	

Entradas		Mes: Agosto
Concepto	Cantidad	
1 Tour para 10 personas (Nevado-Ixtapan MTB)	\$2.500.00	
1 Tour para 10 personas (Piedras y cuevas MTB)	\$1700	
1 Tour para 10 personas (Pozas azules de atzala)	2050	
1 tour para 10 personas (Lobos y venados MTB)	1900	
Total	\$6.450.00	

Entradas		Mes: Septiembre
Concepto	Cantidad	
1 Tour para 10 personas (Nevado-Ixtapan MTB)	\$2.500.00	
1 Tour para 10 personas (Borracho MTB)	\$1.400.00	
1 Tour para 10 personas (Sierra y agua azul MTB)	1650	
1 Tour para 10 personas (Pulque MTB)	1550	
Total	\$7.100.00	



Entradas		Mes: Octubre
Entradas de Octubre		
Concepto	Cantidad	
1 Tour para 100 personas (Rodada nocturna)		\$10.000.00
1 Tour para 10 personas (Nevado-Ixtapan MTB)		2500
1 Tour para 10 personas (Pozas azules de atzala)		2050
1 Tour para 10 personas (Pulque MTB)		\$1.550.00
Total		\$16.100.00

Entradas		Mes: Noviembre
Concepto		Cantidad
1 Tour para 10 personas (Bike-spa)		\$2.200.00
1 Tour para 10 personas (Bici-aventúrate MTB)		2200
1 Tour para 10 personas (El hoyanco MTB)		1800
1 Tour para 10 personas (Mirador MTB)		\$1.200.00
Total		\$7.400.00

Entradas		Mes: Diciembre
Concepto		Cantidad
1 tour para 10 personas (Lobos y venados MTB)		1900
1 Tour para 10 personas (Sierra y agua azul MTB)		\$1.650.00
1 Tour para 10 personas (Nevado-Ixtapan MTB)		\$2.500.00
1 Tour para 10 personas (Rodada nocturna MTB)		1600
Total		\$7.650.00



4.33.2. Salidas de efectivo

Salidas	Mes: Enero
Compra de maquinaria y equipo	\$229.900.00
Renta	\$0.00
Publicidad	\$500.00
Teléfono, cable, internet	\$400.00
Electricidad	\$200.00
Gas	\$0.00
Sueldos y salarios	\$2.500.00
Mantenimiento de equipo	\$450.00
Total	\$233.950.00

Salidas	Mes: Febrero
Compra de maquinaria y equipo	\$0.00
Renta	\$0.00
Publicidad	\$500.00
Teléfono, cable, internet	\$400.00
Electricidad	\$200.00
Gas	\$0.00
Sueldos y salarios	\$2.500.00
Mantenimiento de equipo	\$450.00
Total	\$4.050.00



Salidas	Mes: Marzo
Compra de maquinaria y equipo	\$0.00
Renta	\$0.00
Publicidad	\$500.00
Teléfono, cable, internet	\$400.00
Electricidad	\$200.00
Gas	\$0.00
Sueldos y salarios	\$2.500.00
Mantenimiento de equipo	\$450.00
Total	\$4.050.00

Salidas	Mes: Abril
Compra de maquinaria y equipo	\$0.00
Renta	\$0.00
Publicidad	\$500.00
Teléfono, cable, internet	\$400.00
Electricidad	\$200.00
Gas	\$0.00
Sueldos y salarios	\$2.500.00
Mantenimiento de equipo	\$450.00
Total	\$4.050.00



Salidas	Mes: Mayo
Compra de maquinaria y equipo	\$0.00
Renta	\$0.00
Publicidad	\$500.00
Teléfono, cable, internet	\$400.00
Electricidad	\$200.00
Gas	\$0.00
Sueldos y salarios	\$2.500.00
Mantenimiento de equipo	\$450.00
Total	\$4.050.00

Salidas	Mes: Junio
Compra de maquinaria y equipo	\$0.00
Renta	\$0.00
Publicidad	\$500.00
Teléfono, cable, internet	\$400.00
Electricidad	\$200.00
Gas	\$0.00
Sueldos y salarios	\$2.500.00
Mantenimiento de equipo	\$450.00
Total	\$4.050.00



Salidas	Mes: Julio
Compra de maquinaria y equipo	\$0.00
Renta	\$0.00
Publicidad	\$500.00
Teléfono, cable, internet	\$400.00
Electricidad	\$200.00
Gas	\$0.00
Sueldos y salarios	\$2.500.00
Mantenimiento de equipo	\$450.00
Total	\$4.050.00

Salidas	Mes: Agosto
Compra de maquinaria y equipo	\$0.00
Renta	\$0.00
Publicidad	\$500.00
Teléfono, cable, internet	\$400.00
Electricidad	\$200.00
Gas	\$0.00
Sueldos y salarios	\$2.500.00
Mantenimiento de equipo	\$450.00
Total	\$4.050.00



Salidas	Mes: Septiembre
Compra de maquinaria y equipo	\$0.00
Renta	\$0.00
Publicidad	\$500.00
Teléfono, cable, internet	\$400.00
Electricidad	\$200.00
Gas	\$0.00
Sueldos y salarios	\$2.500.00
Mantenimiento de equipo	\$450.00
Total	\$4.050.00

Salidas	Mes: Octubre
Compra de maquinaria y equipo	\$0.00
Renta	\$0.00
Publicidad	\$500.00
Teléfono, cable, internet	\$400.00
Electricidad	\$200.00
Gas	\$0.00
Sueldos y salarios	\$2.500.00
Mantenimiento de equipo	\$450.00
Total	\$4.050.00



Salidas	Mes: Noviembre
Compra de maquinaria y equipo	\$0.00
Renta	\$0.00
Publicidad	\$500.00
Teléfono, cable, internet	\$400.00
Electricidad	\$200.00
Gas	\$0.00
Sueldos y salarios	\$2.500.00
Mantenimiento de equipo	\$450.00
Total	\$4.050.00

Salidas	Mes: Diciembre
Compra de maquinaria y equipo	\$0.00
Renta	\$0.00
Publicidad	\$500.00
Teléfono, cable, internet	\$400.00
Electricidad	\$200.00
Gas	\$0.00
Sueldos y salarios	\$2.500.00
Mantenimiento de equipo	\$450.00
Total	\$4.050.00



4.34. Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO PARA EL AÑO 2017													
	Mes 1 Enero	Mes 2 Febrero	Mes 3 Marzo	Mes 4 Abril	Mes 5 Mayo	Mes 6 Junio	Mes 7 Julio	Mes 8 Agosto	Mes 9 Septiembre	Mes 10 Octubre	Mes 11 Noviembre	Mes 12 Diciembre	
Saldo inicial de cuenta de efectivo		\$3.000	\$6.400.000	\$10.700.000	\$15.650.000	\$19.950.000	\$24.250.000	\$30.350.000	\$32.750.000	\$36.250.000	\$48.750.000	\$52.550.000	
Entradas de operación													
Inversión inicial	\$229.900.000												
Ventas	\$7.050.000	\$7.000.000	\$7.900.000	\$9.000.000	\$7.900.000	\$7.900.000	\$9.700.000	\$6.450.000	\$7.100.000	\$16.100.000	\$7.400.000	\$7.650.000	\$7.050.000
Total disponible	\$236.950.000	\$10.000.000	\$14.300.000	\$19.700.000	\$23.550.000	\$27.850.000	\$33.950.000	\$36.800.000	\$39.850.000	\$52.350.000	\$56.150.000	\$60.200.000	
Salidas de operación													
Compra de maquinaria y equipo	\$229.900.000							\$0.00					
Renta	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Publicidad	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00
Teléfono, cable, internet	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00
Electricidad	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00
Gas	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Sueldos y salarios	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000
Mantenimiento de equipo	\$450.00	\$0.00	\$0.00	\$450.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$450.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$450.00	\$0.00
Total salidas	\$233.950.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$4.050.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$4.050.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$4.050.000	\$3.600.000
Saldo de flujo de efectivo	\$3.000.000	\$6.400.000	\$10.700.000	\$15.650.000	\$19.950.000	\$24.250.000	\$30.350.000	\$32.750.000	\$36.250.000	\$48.750.000	\$52.550.000	\$56.150.000	



4.35. Estado de resultados

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Ventas al contado	\$7.050.00	\$7.000.00	\$7.900.00	\$9.000.00	\$7.900.00	\$7.900.00	\$9.700.00	\$6.450.00	\$7.100.00	\$16.100.00	\$7.400.00	\$7.650.00	
Ventas a crédito													
Total ventas	\$7.050.00	\$7.000.00	\$7.900.00	\$9.000.00	\$7.900.00	\$7.900.00	\$9.700.00	\$6.450.00	\$7.100.00	\$16.100.00	\$7.400.00	\$7.650.00	
Utilidad Bruta	\$7.050.00	\$7.000.00	\$7.900.00	\$9.000.00	\$7.900.00	\$7.900.00	\$9.700.00	\$6.450.00	\$7.100.00	\$16.100.00	\$7.400.00	\$7.650.00	\$101.150.00
Gastos de operación y administrativos													
Renta	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Publicidad	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00
Teléfono, cable, internet	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00
Electricidad	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00
Gas	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Sueldos y salarios	\$2.500.00	\$2.500.00	\$2.500.00	\$2.500.00	\$2.500.00	\$2.500.00	\$2.500.00	\$2.500.00	\$2.500.00	\$2.500.00	\$2.500.00	\$2.500.00	\$2.500.00
Mantenimiento de equipo	\$450.00	\$0.00	\$0.00	\$450.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$450.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$450.00	\$0.00
Total	\$4.050.00	\$3.600.00	\$3.600.00	\$4.050.00	\$3.600.00	\$3.600.00	\$3.600.00	\$4.050.00	\$3.600.00	\$3.600.00	\$3.600.00	\$4.050.00	
Utilidad antes del ISR	\$3.000.00	\$3.400.00	\$4.300.00	\$4.950.00	\$4.300.00	\$4.300.00	\$6.100.00	\$2.400.00	\$3.500.00	\$12.500.00	\$3.800.00	\$3.600.00	
ISR 34%	\$1.020.00	\$1.156.00	\$1.462.00	\$1.683.00	\$1.462.00	\$1.462.00	\$2.074.00	\$816.00	\$1.190.00	\$4.250.00	\$1.292.00	\$1.224.00	
Utilidad/Pérdida Neta	\$1.980.00	\$2.244.00	\$2.838.00	\$3.267.00	\$2.838.00	\$2.838.00	\$4.026.00	\$1.584.00	\$2.310.00	\$8.250.00	\$2.508.00	\$2.376.00	
Utilidad acumulada	\$1.980.00	\$4.224.00	\$7.062.00	\$10.329.00	\$13.167.00	\$16.005.00	\$20.031.00	\$21.615.00	\$23.925.00	\$32.175.00	\$34.683.00	\$37.059.00	
Impuestos acumulados	\$1.020.00	\$2.176.00	\$3.638.00	\$5.321.00	\$6.783.00	\$8.245.00	\$10.319.00	\$11.135.00	\$12.325.00	\$16.575.00	\$17.867.00	\$19.091.00	



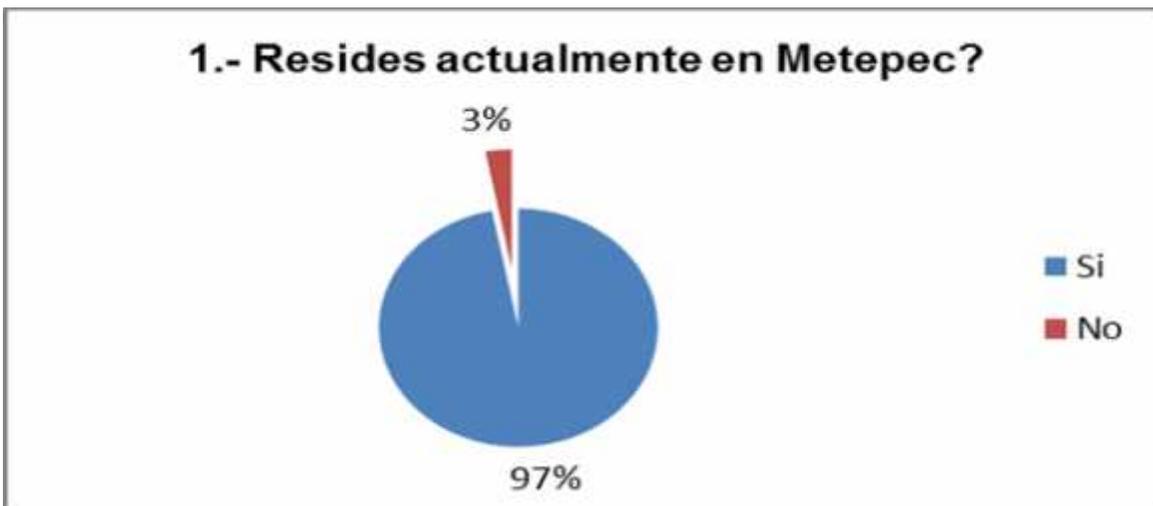
4.36. Balance general

Balance General												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
ACTIVO												
Circulante												
Caja y bancos	3000	6400	10700	15650	19950	24250	30350	32750	36250	48750	52550	52000
Cuentas por cobrar		7000	7900	9000	7900	7900	9700	6450	7100	16100	7400	3500
Total activo circulante	3000	13400	18600	24650	27850	32150	40050	39200	43350	64850	59950	55500
Fijo												
Maquinaria y equipo	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900
Total activo fijo	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900
TOTAL DE ACTIVOS	232900	243300	248500	254550	257750	262050	269950	269100	273250	294750	289850	285400
PASIVOS												
Impuestos por pagar	1020	2176	3638	5321	6783	8245	10319	11135	12325	16575	17867	17680
TOTAL DE PASIVOS	1020	2176	3638	5321	6783	8245	10319	11135	12325	16575	17867	17680
CAPITAL CONTABLE												
Capital social	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900	229900
Utilidades retenidas	1980	4224	7062	10329	13167	16005	20031	21615	23925	32175	34683	34320
Total capital contable	231880	234124	236962	240229	243067	245905	249931	251515	253825	262075	264583	264220
Total pasivo y capital	232900	236300	240600	245550	249850	254150	260250	262650	266150	278650	282450	281900



Conclusiones

Se aplicaron 382 encuestas a las personas del segmento de Metepec, estado de México y estos fueron los resultados obtenidos de la presente investigación.





3.- ¿Crees que las montañas de Metepec y alrededores son seguras para andar en bicicleta y hacer senderismo?



4.- ¿Estarías dispuesto a pagar por un servicio de guía en montaña en lugares seguros con buenas veredas y guías capacitados?



5.- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un servicio de guía en montaña que te lleve a lugares 100% naturales y seguros ya sea en senderismo o ciclismo de montaña?





6.- ¿Estarías dispuesto a pagar por un servicio de transporte redondo que te lleve a Ixtapan de la Sal, estado de México los fines de semana a practicar Ciclismo de montaña y/o senderismo?



7.- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un servicio de transporte redondo que te lleve a Ixtapan de la Sal, estado de México los fines de semana a practicar Ciclismo de montaña y/o senderismo?

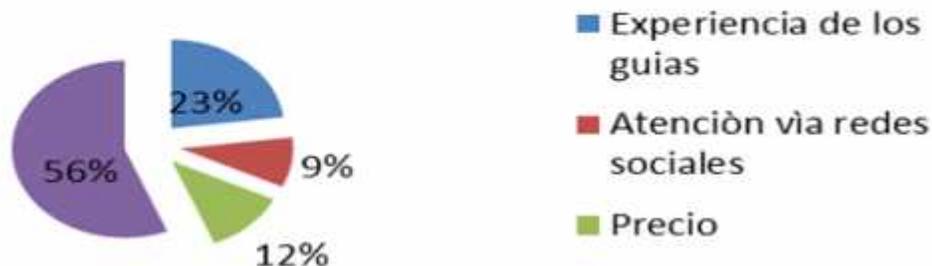


8.- ¿Cuántas veces al año comprarías un tour en bicicleta con transporte incluido para ti y tu bicicleta a Ixtapan de la Sal, estado de México?





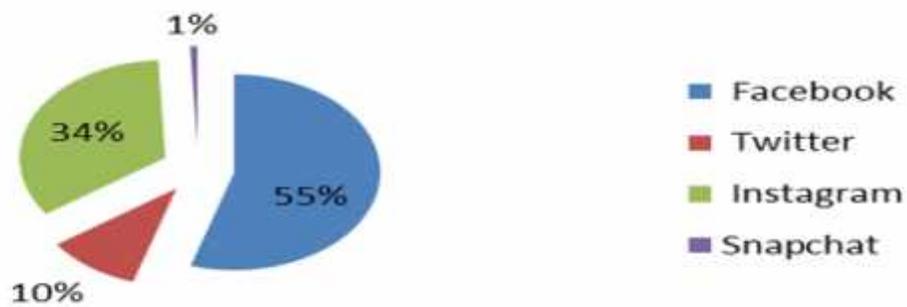
9.- ¿Según tu criterio, califica que es lo que valoras más cuando estás dispuesto a comprar un tour?



10.- ¿Qué tipo de tours de ciclismo y senderismo prefieres?

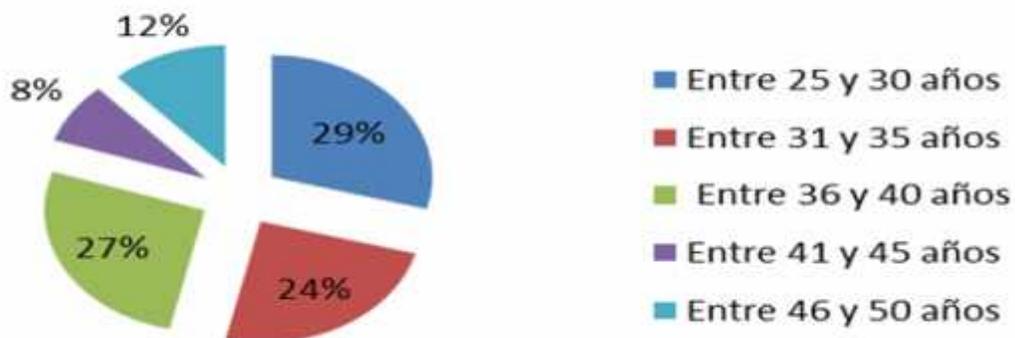


11.- ¿Qué tipo de red social utilizas más?





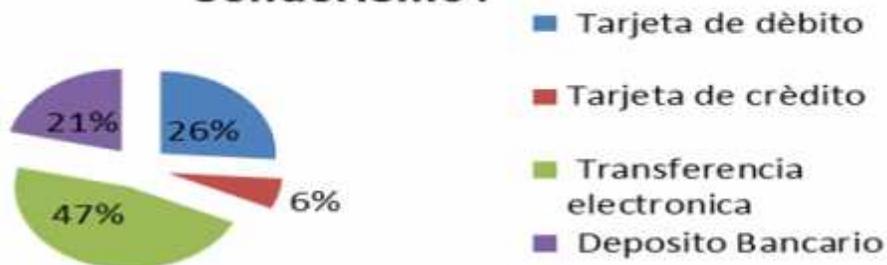
12.- ¿Cuál es tu edad?

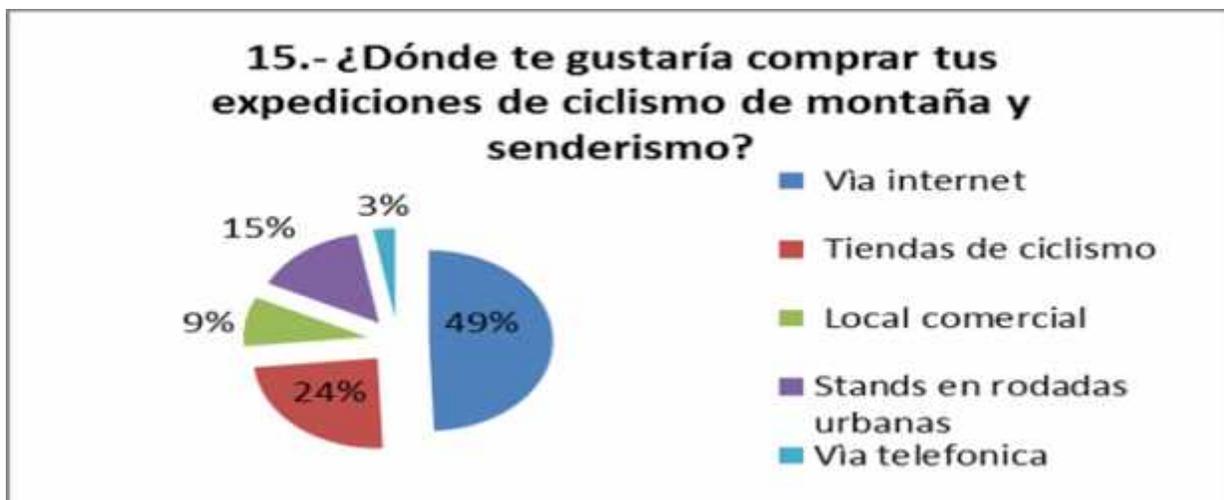


13.- ¿Cuánto es tu ingreso promedio mensual?



14.- ¿Cómo te gustaría pagar tus expediciones de ciclismo de montaña y senderismo?





Según nuestro estudio, las personas del segmento principal que Ixtabiketours pretende atacar como empresa si está dispuesto a pagar por los servicios de experiencias en montaña ya que siente que la zona de Metepec, estado de México no es muy segura para practicar este tipo de actividades, la cantidad que las personas están dispuestas a pagar por un tour es de \$100-200 pesos por persona, según los resultados de las encuestas aplicadas.

Ixtabiketours según sus números si es un proyecto rentable y se estima que el retorno de la inversión sea en aproximadamente 6 años, para de allí en adelante solo se irán generando utilidades netas para la empresa y seguir creciendo dentro del mercado.

Según el mercado Ixtabiketours tiene la capacidad de atacar de segunda instancia al segmento de ciclistas de la ciudad de México, lugar donde está teniendo un auge muy notorio con respecto al uso de la bicicleta y visitas a nuestras redes sociales.

Un dato importante que concluimos es que las personas también están dispuestas por pagar por paisajes majestuosos donde puedan andar sobre su bicicleta en la montaña, esto nos da un panorama claro de hacia donde vamos, es decir, innovar



a la hora de desarrollar nuestro servicio de experiencias de ciclismo de montaña y senderismo.

Podemos concluir que según el plan de negocios la viabilidad del presente plan de negocios es positiva, lo que da pie a corroborar la hipótesis (HI) que dice que la viabilidad del plan de negocios es positiva.

Recomendaciones

La recomendación general es buscar algún socio de capital para seguir creciendo la marca de “Ixtabiketours”, ya que con la inversión será posible comprar todo el equipo necesario para el proyecto.

Es importante atacar de primer momento al segmento de Metepec, estado de México y de segunda instancia a las personas que están en la ciudad de México, sin dejar de lado estrategias de mercadotecnia digital ya que es el único modo de poder acercar el servicio a las personas que se ubican en la ciudad de una forma efectiva y neta, así mismo generando una publicidad sin impresos que dañan el medio ambiente.

Es importante desarrollar contenido atractivo para los seguidores de las redes sociales del proyecto como lo son fotografías, videos, relatos, tips, para de esta manera generar en ellos la necesidad de visitarnos para pedalear en nuestras diversas rutas de ciclismo de montaña y senderismo.



Anexos

Anexo #1: Modelo de recolección de datos (Encuesta)

La siguiente encuesta tiene como objetivo recolectar información con meros fines académicos y de investigación, y las respuestas que usted escriba, serán manejadas con responsabilidad.

“Encuesta”

Nombre del encuestador: Alan García Bernal

Institución: Universidad autónoma del estado de México.

Matrícula universitaria: 1127079

1.- ¿Qué tipo de actividades te parecen más interesante?

A. Ciclismo de montaña.

B. Senderismo.

2.- ¿Crees que las montañas de Metepec y alrededores son seguras para andar en bicicleta y hacer senderismo?

A. Sí.

B. No

3.- ¿Estarías dispuesto a pagar por un servicio de guía en montaña en lugares seguros con buenas veredas y guías capacitados?

A. Sí.

B. No.



4.- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un servicio de guía en montaña que te lleve a lugares 100% naturales y seguros ya sea en senderismo o ciclismo de montaña?

A. Entre \$100-\$200.

C. Entre \$301-\$400.

B. Entre \$201-\$300.

D. Entre \$401 - \$500.

5.- ¿Estarías dispuesto a pagar por un servicio de transporte redondo que te lleve a Ixtapan de la Sal, estado de México los fines de semana a practicar Ciclismo de montaña y/o senderismo?

A. Sí.

B. No.

6.- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un servicio de transporte redondo que te lleve a Ixtapan de la Sal, estado de México los fines de semana a practicar Ciclismo de montaña y/o senderismo?

A. Entre 100-200.

C. Entre \$301-\$400.

B. Entre \$201-\$300.

D. Entre \$401 - \$500.

7.- ¿Cuántas veces al año comprarías un tour en bicicleta con transporte incluido para ti y tu bicicleta a Ixtapan de la Sal, estado de México?

A. 1 vez por mes.

D. 4 veces por mes.

B. 2 veces por mes.

E. + 5 veces al mes.

C. 3 veces por mes.



8.- ¿Según tu criterio, califica que es lo que valoras más cuando estás dispuesto a comprar un tour?

- A. Experiencia de los guías.
- B. Atención vía redes sociales.
- C. Precio.
- D. Paisajes y lugares a observar.

9.- ¿Qué tipo de tours de ciclismo y senderismo prefieres?

- A. Aventura.
- B. Descanso.
- C. De competencia.
- D. Culturales.

10.- ¿Qué tipo de red social utilizas más?

- A. Facebook.
- B. Twitter.
- C. Instagram.
- D. Snapchat

11.- ¿Cuál es tu edad?

- A. Entre 25-30
- B. Entre 31-35 años.
- C. Entre 36-40 años.
- D. Entre 41-45 años.
- E. Entre 46-50 años.

12.- ¿Cuánto es tu ingreso promedio mensual?

- A. Entre \$2000-\$4000
- B. Entre \$4001-\$8000
- C. Entre \$8001-\$10000
- D. + \$10000 mensuales



13.- ¿Cómo te gustaría pagar tus expediciones de ciclismo de montaña y senderismo?

- A. Tarjeta de débito.
- B. Tarjeta de crédito.
- C. Transferencia electrónica.
- D. Depósito bancario.

14.- ¿Dónde te gustaría comprar tus expediciones de ciclismo de montaña y senderismo?

- A. Vía internet.
- B. Tiendas de ciclismo.
- C. Local comercial.
- D. Stands en rodadas urbanas.
- E. Vía teléfono



Referencias bibliográficas

- ÑBatthyány y Cabrera (2011). Metodología de la investigación en ciencias sociales. Montevideo: Ucur.
- ÑChiavenato, (2001). *“Administración, teoría, procesos, y prácticas”*, Editorial Mc Graw Hill. p: 5.
- ÑDávila Saldarriaga. José (2009). *“Plan de negocios”*. Editorial universidad politécnica. p: 10, 40.
- ÑGonzález, (2006). *“Plan de negocios para emprendedores”*, Editorial McGraw Hill. p: 10,40.
- ÑKoontz Harold y Weihrick, Heinz. (2004) *“Administración, una perspectiva global”*, Editorial Mc Graw Hill. p: 6.
- ÑKoontz, J. (2012). Usuarios de Facebook en México, un desglose por entidades federativas. <<http://kont.pro/usuarios-de-facebook-en-mexico-un-desglose-por-entidades-federativas/2012/05/>> Fecha de consulta [10 Septiembre 2016]
- ÑKotler, et al. (2003). Marketing para turismo. Madrid, España. Pearson.
- ÑKotler y Armstrong. (2008). principios de marketing. Madrid, España. Pearson.
- ÑMunch. L. (2010). Fundamentos de Administración. Ed. Trillas
- ÑRosales, P. (2010). Estrategia Digital, Cómo usar las nuevas tecnologías mejor que la competencia. Barcelona, España: Deusto.
- ÑSecretaría de economía (2006) Ley para el desarrollo de la competitividad mi pyme. Diario oficial de la federación: México
- ÑVenegas, M.F. et al, (2008) *“Modelo dinámico para estimar la estructura máxima de capital para una PYME minera”*, revista economía y sociedad, facultad de economía, universidad michoacana de San Nicolás de Hidalgo, núm. 22, Jul-Dic



Referencias Electrónicas

- Solís, B. (2010). Revelando las personas: definiendo las redes sociales. <<http://www.briansolis.com/2010/10/revealing-thepeopledefining-social-networks/> > Fecha de Consulta [8 Agosto 2016]
- Weber, Larry (2010). "Marketing en las Redes Sociales". México, Distrito federal. McGraw Hill Interamericana. Recuperado de: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2013/marketing.html>, Fecha de consulta: [20 Agosto 2016]
- INEGI (2015). Consulta de Población en Metepec.. Recuperado de: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mex/poblacion/> , Fecha de consulta: [30 Julio 2016]
- Plan de negocios estratégico. Recuperado de: www.slideshare.net/.../plan-de-negocios-marco-teórico-y-estratégico). Fecha de consulta: [12 Agosto 2016]
- Costa Joan (2010). "Creación de la Imagen Corporativa. El paradigma del Siglo XXI". Recuperado el 4 de septiembre del 2016. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/jcosta.html>