



Conference: Interdisciplinary Congress of Renewable Energies, Industrial Maintenance, Mechatronics
and Information Technology
BOOKLET



RENIECYT - LATINDEX - Research Gate - DULCINEA - CLASE - Sudoc - HISPANA - SHERPA UNIVERSIA - E-Revistas - Google Scholar
DOI - REDIB - Mendeley - DIALNET - ROAD - ORCID

Title: Plan estratégico para la estructuración de una red de productos y servicios para el desarrollo del triunfo, B.C.S.

Authors: ROBLES-ARIAS, Isela Margarita, HERNÁNDEZ-ENRÍQUEZ, Héctor Arnulfo, VALDEZ-GUERRERO, Raquel y RÍOS-CALDERÓN, Graciela Guadalupe.

Editorial label ECORFAN: 607-8695

BCIERMMI Control Number: 2019-052

BCIERMMI Classification (2019): 241019-052

Pages: 18

RNA: 03-2010-032610115700-14

ECORFAN-México, S.C.

143 – 50 Itzopan Street
La Florida, Ecatepec Municipality
Mexico State, 55120 Zipcode
Phone: +52 1 55 6159 2296
Skype: ecorfan-mexico.s.c.
E-mail: contacto@ecorfan.org
Facebook: ECORFAN-México S. C.

Twitter: @EcorfanC

www.ecorfan.org

Holdings

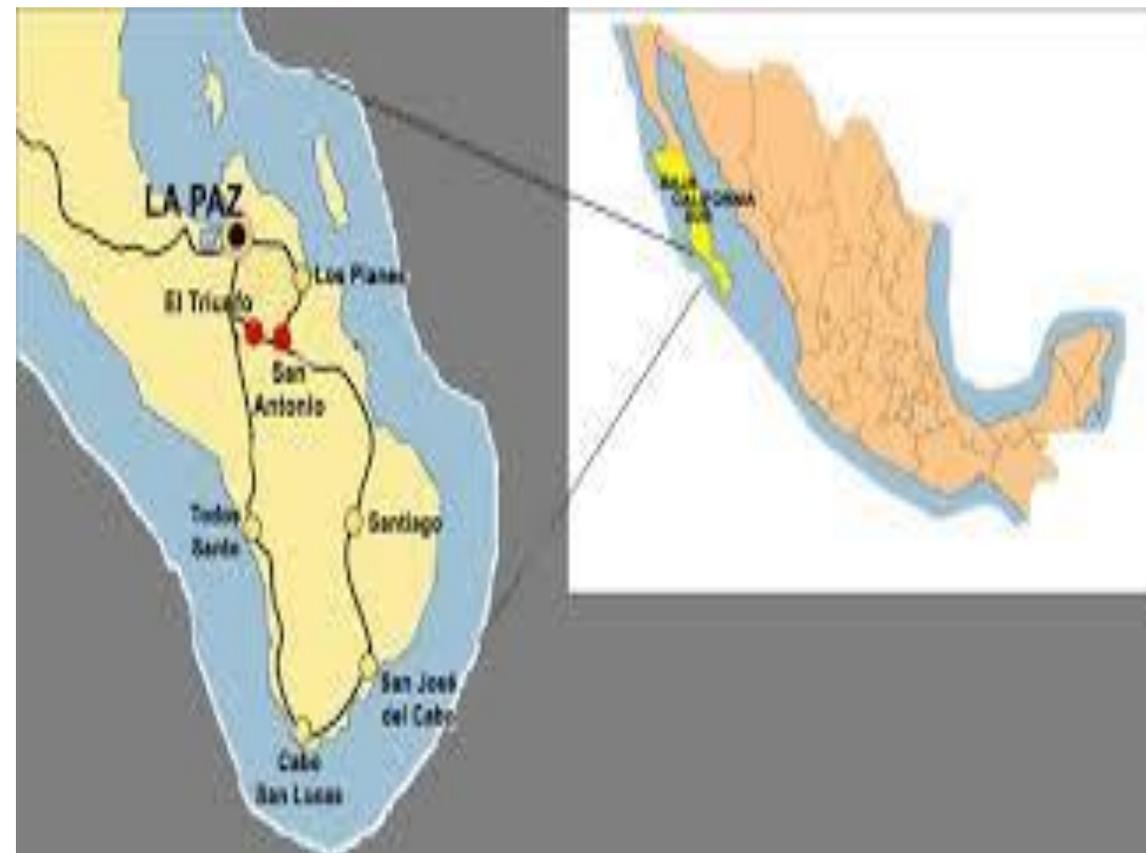
Mexico	Colombia	Guatemala
Bolivia	Cameroon	Democratic
Spain	El Salvador	Republic
Ecuador	Taiwan	of Congo
Peru	Paraguay	Nicaragua

Introducción

El Triunfo ubicado a 50 Km de la capital desarrollo a finales s. XVIII una actividad minera que dejó como legado un extenso tesoro en monumentos históricos, de la idiosincrasia y formas sociales de vida: legados de música que incluye instrumentos originales, construcciones con estilos únicos, tres panteones donde se encuentra la arquitectura y la historia de ingleses, chinos y mexicanos.

A sus alrededores, el pueblo ofrece cerros y arroyos donde aún se ubican diversas minas y ranchos, enmarcados por una abundante vegetación, es un lugar digno de ser visitados por turistas locales y extranjeros.

Sin embargo, El Triunfo con 320 habitantes es una población que **carece de actividades productivas** que permitan mantener una dinámica económica de sostenimiento, su población joven, empieza a abandonar la localidad buscando mejores condiciones económicas en las regiones más urbanizadas, primero por motivos de estudios y luego por posiciones laborales



La investigación se
realizo en tres etapas.

- **1. Diagnostico.** para conocer el lugar, determinar los atractivos turísticos con que cuenta la zona, productos y servicios que son factibles de ofrecer en la región, así como el conocimiento de flora y fauna endémicos del lugar.
- **2. Identificar habitantes con carácter emprendedor interesados en participar.**
- **3. Diseño de plan estratégico** cuyas estrategias facilitan la estructuración e implementación de una red de productos y servicios en la población para la reactivación económica de sus habitantes.

OBJETIVOS

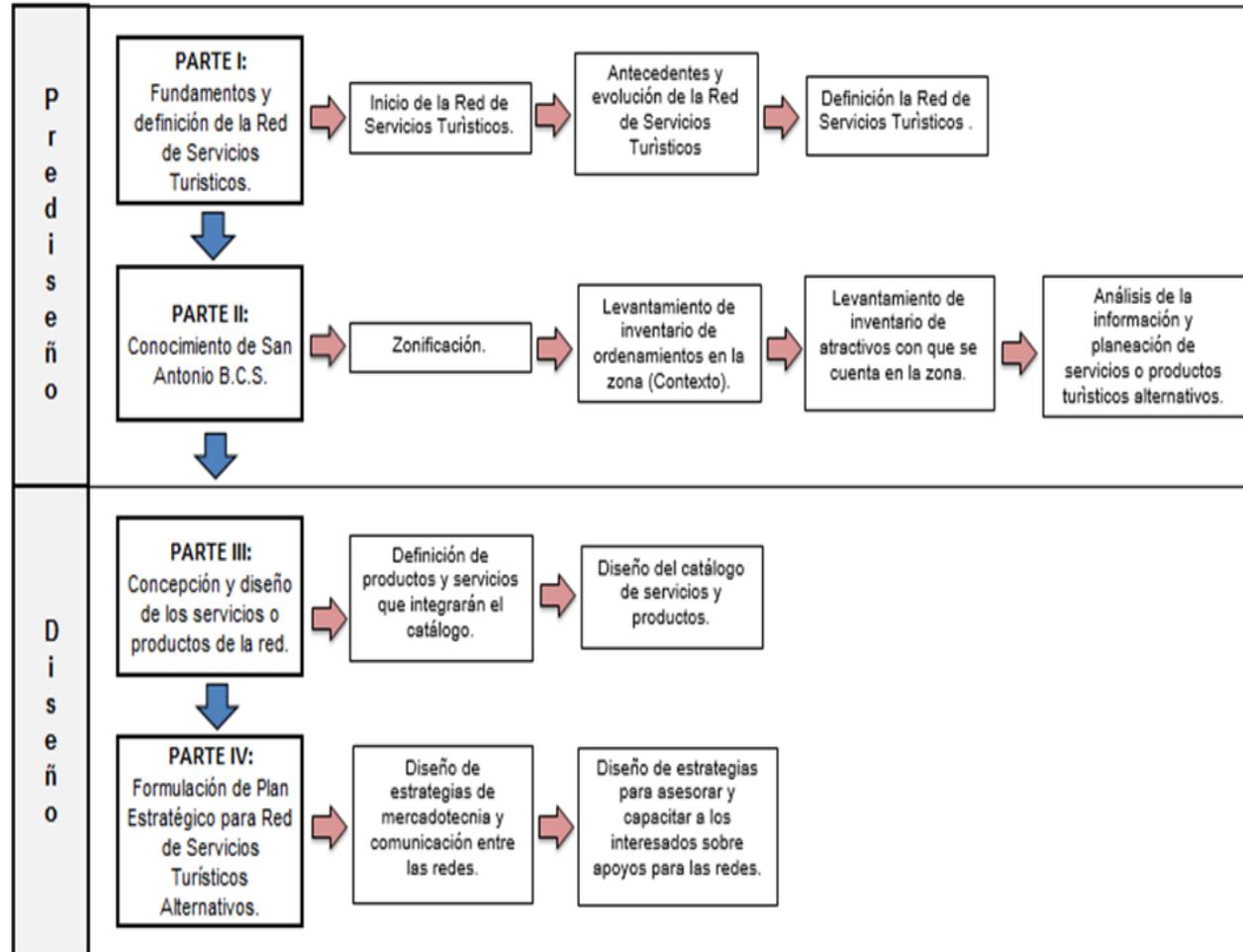


General:

Desarrollar acciones estratégicas para la operación de una red de servicios turísticos en la comunidad de San Antonio, B.C.S.

La hipótesis planteada señala que un plan estratégico facilitará los elementos necesarios para la formación y operación de una red de productos y servicios promoviendo el impulso del desarrollo turístico y la reactivación económica de El Triunfo B.C.S.

MODELO ESTRATÉGICO: CASAL + CHIAVENATO



Se ha desarrollado una propuesta específica y personalizada para el desarrollo de esta investigación, basado en la combinación de dos modelos. Se trata de la fusión del “Modelo de planeación de servicios alternativos (Casal, 2002)” y del “Modelo del plan estratégico (Chiavenato, 2011)”.

METODOLOGIA



Etapas de la investigación



Instrumentos

Primera etapa.

1. Entrevista grupal (Comisariado ejidal)
2. Encuesta con habitantes

Primera etapa

Resultados parciales

Para definir el proyecto y establecer **compromisos con interesados**

Realizar el diagnostico

Realizando actividades de zonificación y levantamiento de los siguientes inventarios:

- Flora y fauna.
- Arquitectónico
- Gastronómico
- Minero



Segunda etapa

INSTRUMENTO.

Encuesta Habitantes

Objetivo. Conocer las actividades a ofrecer y numero de habitantes interesados en participar

IBM



SPSS



Interesados en participar
30 personas = 72%

Actividades		Actividades	
TIERRA		ENTRETENIMIENTO	
Montañismo		Fotografía rural	
Cabalgata		Taller gastronómico	
Escalada		Agroturismo	
Ciclismo de montaña		Eco arqueología	
Caminata		Talleres artesanales	
		Vivencias místicas	

Análisis de la información. MATRIZ FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Potencial desarrollo relacionado con la naturaleza y el desarrollo sostenible 2. Monumentos históricos, y artísticos (Museo del Piano y sala de conciertos) 3. Habitantes con Carácter abierto y hospitalario 4. Situación geográfica optima a 48 km de la capital del estado. 5. Productos regionales (artesanías, gastronomía) 6. Orografía del destino con posibilidades para el turismo alternativo 7. Destino seguro y atractivo 8. Gran diversidad de recursos para confeccionar productos y servicios. 9. Potenciales emprendedores dispuestos a la participación 10. Se realiza un Festival gastronómico anual. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escasa gestión en la coordinación de destinos. 2. Productos regionales poco conocidos por los turistas 3. Falta de señalización identificable de la zona (negocio) 4. Deficiente servicio de internet generando que no se pueden hacer pagos con tarjeta bancaria 5. Falta de recursos económicos en los habitantes del lugar. 6. Falta de promoción turística. 7. Escasa cualificación del personal en atención al turista 8. Escasa cualificación en tecnicismo en inglés. 9. Asignación de poco presupuesto del departamento de Turismo y de gobierno del estado. 10. Los habitantes cuentan con 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestionar coordinación entre agentes privados y públicos. 2. Formar un grupo de instructores especialistas en diversos temas para brindar capacitación en diversas áreas. 3. Diseñar e implementar un plan de capacitación y desarrollo de habilidades para la producción, atención y servicio al cliente, dirigido a los habitantes del lugar a fin de posibilitar la formación de la red de servicios y productos. 4. Diseñar las unidades de negocios que integren la red. 5. Utilización de la tecnología 6. Gestionar permisos necesarios para la puesta en marcha en dependencias que aplique. 7. Ofrecer cursos idioma ingles básico. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Otros Destinos más identificables y atractivos según percepción del turista 2. Marcas de Destino mejor posicionadas 3. Rutas con mejores accesos y vista 4. Destinos de competencia muy directa con mayores presupuestos dedicados a sus estrategias turísticas.

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE UNA RED DE SERVICIOS DE PARA EL DESARROLLO DEL TRIUNFO B.C.S.



Objetivo:

Diseñar las estrategias que faciliten la estructuración de las redes de productos y servicios en la población del Triunfo, Baja California Sur.

Misión:

Otorgar productos y servicios relacionados con el turismo alternativo que sean de calidad, a través de la conformación de una red integrada por los habitantes de la población del Triunfo, Baja California Sur.



Visión:

Ser una red de servicios reconocida a nivel local, nacional e internacional por la calidad de los productos y servicios que se otorgan a los turistas, consolidando a la población del Triunfo, Baja California Sur, como un destino turístico de gran impacto.

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA FORMACIÓN DE UNA RED DE PRODUCTOS Y SERVICIOS



1. Integrar y estructurar las redes de productos y servicios.

- Formar un comité especial de trabajo con los interesados en participar en la prestación de servicios turísticos.

2. Fortalecer el perfil del empresario interesado en participar en el funcionamiento de las redes de productos y servicios.

- Diseñar un programa de capacitación para que los interesados sepan cómo financiar su proyecto
- Diseñar un programa de capacitación para que los interesados integren controles y/o procedimientos que les permitan otorgar servicios y/o productos de calidad.

3. Diseñar procesos de mercadotecnia y comunicación entre redes.

- Diseñar una campaña turística para ofrecer, anunciar e informar los productos y servicios de la red con el fin de persuadir, estimular o motivar su compra.
- Diseñar un canal o canales de comunicación para las redes de productos y servicios.

1. ESTRATEGIAS PARA INTEGRAR Y ESTRUCTURAR LAS REDES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.



Realizar una plática de sensibilización con autoridades y pobladores de la comunidad.

Identificar y reunir formalmente a los interesados en la prestación de servicios turísticos.

Seleccionar los servicios que están dispuestos a poner en marcha.

Nombrar encargados para cada uno de los servicios que se planean trabajar.

Formar equipos de trabajo por cada uno de los servicios turísticos propuestos.

2. ESTRATEGIAS PARA FORTALECER EL PERFIL DEL EMPRESARIO INTERESADO EN PARTICIPAR EN EL FUNCIONAMIENTO DE LAS REDES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.



Investigar en las diferentes dependencias de gobierno sobre apoyos o medios de financiamiento.

Diseñar un programa de capacitación para los interesados sobre apoyos o financiamientos viables para las redes de productos y servicios.

Estructurar un modelo base de plan de negocio para los interesados.

Diseñar un programa de capacitación para los interesados sobre planes de negocio y cómo elaborarlos.

Diseñar procesos y controles para la elaboración de producto y servicios, bajo un esquema de calidad.

Diseñar un programa de capacitación para los interesados sobre controles y procedimientos, útiles para el funcionamiento de las redes de productos y servicios.

DISEÑAR UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA LOS INTERESADOS SEPAN COMO FINANCIAR SU PROYECTO

NOMBRE DEL PROGRAMA	Apoyos y/o Financiamientos en el Estado de Baja California Sur		
INSTRUCTOR		LUGAR	Oficinas de la Delegación de San Antonio, B.C.S.
HORARIO	10:00 a.m. a 01:00 p.m.	DURACIÓN	3 horas
PERIODO	Por definir	REQUISITOS	Ser habitante de la población de San Antonio, B.C.S.

OBJETIVO GENERAL		Dar asesoría y capacitación a los interesados sobre apoyos o financiamientos viables para las redes de productos y servicios.			
TEMARIO	MATERIAL DIDÁCTICO	EVALUACIÓN	NÚMERO DE HORAS	NÚMERO DE PARTICIPANTES	EQUIPO DE COMPUTO
<p>Curso: “Apoyos y/o Financiamientos en el Estado de Baja California Sur”:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Módulo 1. Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) <input type="checkbox"/> Módulo 2. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). <input type="checkbox"/> Módulo 3. Secretaría de Economía (SE). 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Presentación en Power Point. <input type="checkbox"/> Folletos <input type="checkbox"/> Trípticos <input type="checkbox"/> Resumen de la presentación impresa 	<p>Actividades complementaria (Reflexión, participación individual y grupal, sesión de preguntas y respuestas)</p>	3	15 Aproximadamente (Se espera la asistencia de más participantes)	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Sistema Operativo, Windows 7. <input type="checkbox"/> Paquetería de Microsoft Office 2010. (Power Point). <input type="checkbox"/> Micrófono, y bocinas.

DISEÑAR UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA QUE LOS INTERESADOS INTEGREN CONTROLES Y/O PROCEDIMIENTOS QUE LES PERMITAN OTORGAR SERVICIOS Y/O PRODUCTOS DE CALIDAD



APOYOS Y/O FINANCIAMIENTOS A EMPRENDEDORES EN EL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA SUR



A 11 DE MAYO DEL 2018, SAN ANTONIO, B.C.S.

2 Fortalecer el perfil del empresario interesado en participar en el funcionamiento de las redes de productos y servicios.

MÓDULO 1: SECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL (SEDESOL)




- Programa Estatal de Financiamiento a Mujeres Emprendedoras Sudcalifornianas
- Encuentro Nacional de Jóvenes Creativos: Artesanos y Diseñadores.
- Jóvenes emprendedores.
- Alcance 2017. Vector Joven.

MÓDULO 2: SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN (SAGARPA)



Programa de Apoyos a Pequeños Productores.



Programa de Fomento Ganadero.



Programa de Fomento a la Agricultura.

MÓDULO 3: SECRETARIA DE ECONOMÍA (SE)



El Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Economía, que tiene por objeto implementar estrategias y líneas de acción de vanguardia para impulsar la política nacional en materia de apoyo a los emprendedores, así como a las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante el Programa de Financiamiento a Emprendedores:

Programa Emprendedores a la Banca Comercial.

Programa Crédito Joven.

ESTRUCTURAR UN MODELO BASE DE PLAN DE NEGOCIO PARA LOS INTERESADOS.



Centro de **incubación**
e **innovación** empresarial

I.T. La Paz



RESUMEN EJECUTIVO

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO

ANÁLISIS DEL PRODUCTO Y SU MERCADO

ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA

PLAN DE VENTAS

PLAN DE OPERACIONES DEL PROYECTO

RECURSOS HUMANOS

ASPECTOS LEGALES

PLANES DE LANZAMIENTOS

PLAN FINANCIERO

PLAN DE INVERSIÓN

CONCLUSIONES

3. DISEÑAR PROCESOS DE MERCADOTECNIA Y COMUNICACIÓN ENTRE REDES

1 Diseñar una campaña turística para ofrecer, anunciar e informar los productos y servicios de la red con el fin de persuadir, estimular o motivar su compra

2 Diseñar un canal o canales de comunicación para las redes de productos y servicios

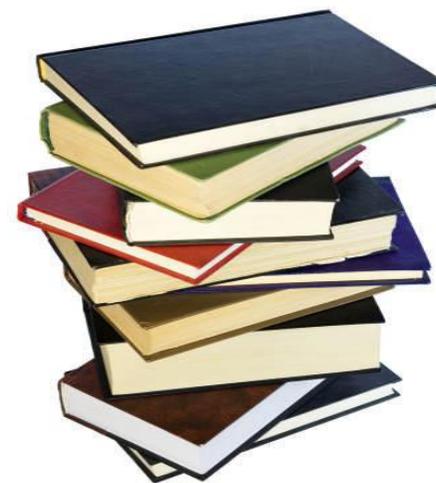
CONCLUSIONES



1. Con base al análisis efectuado y en los resultados obtenidos se comprueba la hipótesis planteada, ya que el plan estratégico propuesto facilita los elementos necesarios para la formación y operación de una red de productos y servicios turísticos en la comunidad de El Triunfo, B.C.S.
2. Existen las condiciones necesarias para poder implementar actividades y/o servicios a través del turismo alternativo, que serán fundamentales para el levantamiento económico de sus habitantes
3. Se obtendrán beneficios significativos en cuanto al nivel de ingresos, elevado sentido de pertenencia por parte de los habitantes, mayores oportunidades de crecimiento o auto realización, así como mejorar la productividad, motivación y bienestar de los individuos que son parte de esta comunidad.
4. Los habitantes no podrán solos, por lo que se considera muy importante que las instituciones educativas den seguimiento a este proyecto

REFERENCIAS

1. Casal, F. M. (2002). Servicios turísticos diferenciados: animación, turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo, turismo recreativo. En F. M. Casal, Turismo Alternativo; (págs. 213, 214). México: Trillas.
2. Chiavenato, I. (2011). Planeación Estratégica Fundamentos y Aplicaciones,. México.: McGraw-Hill,.
3. Fasio Moreno, L. (2010). Tesis: “Turismo Alternativo y Tendencias de Desarrollo en un Área Natural Protegida”: El Caso Cañón De San Dionisio, Reserva de la Biosfera Sierra La Laguna. La Paz, B.C.S.
4. Murillo Acevedo, A. L. (2012). Tesis: “Diagnostico y Perspectivas del Turismo Alternativo en Todos Santos, Baja California Sur”. La Paz, B.C.S.
5. Morales de Los Santos, A. M. (2017). Residencia Profesional: El turismo alternativo a través de redes de servicios para el desarrollo de la comunidad de San Antonio de la micro región Sur Central del municipio de La Paz. La Paz, B.C.S.
6. www.pnd.gob.mx Plan nacional de Desarrollo
7. www.bcs.gob.mx/gobierno/ped-2015-2021/ Plan Estatal de Desarrollo





ECORFAN®

© ECORFAN-Mexico, S.C.

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BCIERMMI is part of the media of ECORFAN-Mexico, S.C., E: 94-443.F: 008- (www.ecorfan.org/ booklets)