



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ECONOMÍA**

**“SOSTENIBILIDAD Y RECREACIÓN. UN PARQUE  
TEMÁTICO DE DEPORTES EXTREMOS EN SAN ISIDRO  
LLANO GRANDE OAXACA”**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN ECONOMÍA**

**P R E S E N T A:**

**Gerardo Mora Diaz**



**DIRECTOR DE TESIS:  
Dr. Marco Antonio Márquez Mendoza**

Ciudad Universitaria, CDMX, 2021



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

**INDICE**

1. Capítulo I. Organización del proyecto .....	7
1.1. Introducción .....	7
1.2. Antecedentes .....	8
1.3. Objetivo social del proyecto.....	9
1.4. Objetivo académico del proyecto.....	9
2. Capítulo II. Estudio de mercado .....	10
2.1 ¿Qué es el estudio de mercado? .....	10
2.2 Análisis del consumidor .....	10
2.3 Análisis de la competencia.....	11
2.4 Estudio de mercado .....	12
2.5 Análisis del entorno.....	12
2.6 Análisis FODA.....	13
2.7 Identificación del producto.....	16
2.7.1 Población consumidora.....	16
2.7.2 El producto en el mercado .....	18
2.7.3 Marca, Slogan y Logo.....	19
2.7.4 Distribución del sitio.....	19
2.8 Análisis de la demanda.....	25
2.8.1 Tendencias .....	26
2.8.2 Encuestas.....	27

Capítulo III. Estudio Económico Financiero .....	33
3.1 Régimen Fiscal.....	33
3.2 Financiamiento.....	34
3.3 Inversión inicial.....	34
3.4 Flujos de entrada .....	36
3.5 Presupuesto de egresos fijos.....	37
3.6 Presupuesto de egresos variables .....	39
3.7 Balance general (teórico para el año 2021).....	42
3.8 Estado de resultados .....	42
3.9 VPN y TIR .....	43
Capítulo IV. Conclusiones .....	47
Bibliografía .....	48

## Capítulo I. Organización del proyecto

### 1.1. Introducción

En las últimas décadas, México ha permanecido entre los países más visitados en el mundo. Durante 2020 y de acuerdo con el Secretario de Turismo, Miguel Torruco, fue el tercer país más visitado, sólo detrás de Francia e Italia. A pesar de la baja actividad económica a partir de la pandemia por Covid-19, el Sector turismo contribuye con una gran parte del PIB nacional, con una oferta de servicios turísticos muy variada y oportunidades de inversión potenciales para su expansión, sobre todo en Estados de la República con historia, cultura y bellezas naturales pero que se encuentran con niveles de ingreso poco satisfactorios, como es el caso del Estado de Oaxaca. Oaxaca tiene varios puntos de oferta turística, iniciando con la capital misma de la entidad y vestigios prehispánicos en el territorio, pero además grandes atractivos en lo que se refiere al llamado ecoturismo, que es una manera de preservar los recursos naturales a la vez que se cubren las necesidades de recreación que demanda el turismo doméstico e internacional. Un sitio emblemático en el Estado es San Isidro Llano Grande, con sus bellezas naturales propicias para el turismo de aventura y el reconocimiento de lugar limpio.

El presente proyecto surge de la inquietud de un gran número de personas que gustan de los deportes extremos por contar con espacios que combinen las aéreas verdes con el apoyo, logística y respaldo de profesionales. En este sentido, el presente proyecto se propone construir un parque temático de deportes extremos, el cual cuente con un ambiente natural y reconfortante, y que a su vez beneficie a la localidad en términos de empleo y a través del consumo de algunos productos locales necesarios para el proyecto y su equipo de trabajo, así como de los visitantes.

Este proyecto se basa en 3 pilares fundamentales; la prosperidad económica, la integridad del medio ambiente y la equidad social. Es pertinente aclarar que este proyecto se comenzó a planear antes de la pandemia del Covid-19 y se estipulo en condiciones de normalidad sanitaria, confiando en que la campaña de vacunación tenga éxito y la situación económica y sanitaria mejore hacia el 2021.

## **1.2. Antecedentes**

La economía mexicana sufrió profundos cambios a partir de la década de 1980. Como resultado de las llamadas “reformas” estructurales, gran parte de la industria nacional se fusionó o fue absorbida por empresas transnacionales, a la par que otra desapareció (Calderon & Hernandez, 2016). En este sentido, el cambio estructural que la economía sufrió orientó la actividad económica hacia actividades terciarias como los servicios de comercialización y en menor medida el turismo. Así mismo, Canalis (2015) en un estudio realizado para la Unión Europea, encontró que el llamado “turismo de aventura<sup>1</sup>” es uno de los segmentos que más ha crecido en los últimos años a pesar de las turbulencias económicas y para los destinos supone además una fuente de ingresos por viajero superior a la de otras categorías turísticas. El mismo autor encuentra que este tipo de turismo se erige en un negocio cada vez más internacional, con una facturación global estimada de 263.000 millones de dólares anuales.

En este mismo orden de ideas; un informe publicado en 2018 por la Organización Mundial del Turismo (OMT) reveló que cada vez más destinos tratan de posicionarse en este segmento porque reconocen su valor ecológico, cultural y económico. Otro de los hallazgos es que el 65,6% del coste total de un viaje de turismo de aventura se queda en el destino visitado.

Según datos del mismo organismo, el gasto medio de un turista de aventura es de 2600 euros y una duración media de 9 días, mientras que el 69% de los viajes internacionales para practicar turismo de aventura tiene su origen en los mercados emisores de Europa, Norteamérica y Sudamérica.

## **1.3. Objetivos del proyecto**

El objetivo general del proyecto es realizar un estudio teórico económico que justifique una inversión complementaria a la oferta existente, como sería el caso de un parque temático de deportes de alta exigencia, ausente en este lugar.

## **1.4. Hipótesis**

La hipótesis nula es: Es posible invertir en un parque temático cuya oferta serían los deportes extremos y de velocidad, y sus complementos preparatorios y de relajamiento.

---

<sup>1</sup> La OMT define el turismo de aventura, como: los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza, donde se participa de la armonía con el medio ambiente, respetando el patrimonio natural, cultural e histórico.

### **1.5. Objetivos sociales del proyecto**

1. Mantener un espacio natural sin deterioros
2. Contribuir al atractivo turístico de la zona
3. Demostrar que el proyecto es económica, técnica y socialmente viable

En resumen, es crear un proyecto factible y funcional en la localidad de San Isidro Llano Grande Oaxaca, enfocado a deportes como el patinaje, ciclismo, senderismo y parkour, así como atracciones como tirolesa y “Go Karts” entre otras, que despierte el interés de turistas nacionales y extranjeros por una forma de recreación totalmente saludable y llena de emociones. En el ámbito económico se espera que tenga derramas positivas en los pobladores de la región.

### **1.6. Objetivo académico del proyecto**

Demostrar la aplicación correcta de los métodos de investigación, análisis y diseño que he aprendido durante la carrera de economía, así como los conocimientos referentes a formulación y evaluación de proyectos que es el área de interés de esta investigación-proyecto, creando un proyecto viable y rentable a través del tiempo.

## **Capítulo II. Estudio de mercado**

### **2.1 Análisis microeconómico**

El servicio principal que se busca proporcionar en este proyecto es el servicio de turismo de aventura en su ramo de alta exigencia y deportes extremos, concretamente atracciones que requieren de destreza, apoyadas por equipos de alta velocidad.

Los servicios secundarios son el turismo de aventura en sus ramos de mediana y baja exigencia, como mecanismos relajantes del servicio principal, atracciones como senderismo, avistamiento de flora y fauna, entre otros que el entorno permite.

La población que se atenderá es turismo de aventura que llega a la región de Llano Grande, Oaxaca, que busca el contacto directo con la naturaleza, y realizar actividades a campo abierto que impliquen esfuerzo y reto a sus capacidades físicas. La característica básica de estos demandantes es que una alta proporción cuenta con edades en el tramo que va de 18 a 50 años, muchas veces en compañía de personas de mayor edad, por lo que hay que considerar atraer a personas de todas las edades. Más adelante se presenta un análisis más detallado del área de mercado.

Según reportes turísticos del Estado de Oaxaca, la derrama económica generada por el turismo sumó 18,529 millones de pesos en 2019, que es 51.26% más que en 2016. Esto quiere decir que Oaxaca es un sitio turístico en expansión y San Isidro Llano Grande no es la excepción, ya que tiene un gran potencial de capturar parte de este turismo. El verdadero reto está en encontrar el equilibrio entre crecer y preservar el entorno.

### **2.2 ¿Qué es el estudio de mercado?**

Kotler & Pfoertsch (2008) plantean que un estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial cuyo objetivo es formarse una idea sobre la viabilidad comercial de una determinada actividad económica. En los estudios de mercado se conforman e integran tres tipos de análisis que se detallarán en los siguientes apartados.

### **2.3 Análisis del consumidor**

Este tipo de análisis estudia el comportamiento de los posibles consumidores por medio del estudio de determinadas necesidades de consumo y la forma de satisfacción, dada la naturaleza del “proceso de compra” el cual Según Kotler & Pfoertsch (2008) se realiza en etapas:

- **Reconocimiento de necesidades:** el consumidor reconoce una necesidad, identifica su estado actual como insatisfecho y lo compara con el estado que desearía tener. El estímulo puede ser natural, como la sed o el cansancio. En otro caso, el estímulo puede ser externo, por ejemplo: un aparador, un anuncio publicitario, etc.
- **Búsqueda de información:** el consumidor investiga para obtener información. Existen dos formas de proceder: de forma pasiva, limitándose a estar abierto a la información que le llegue ocasionalmente; o de forma activa, intentando encontrar información o consultado a sus amigos, profesionales y/o familiares. De esta forma el cliente conoce el producto, las marcas, sus características y precios.
- **Evaluación de alternativas:** con la información obtenida, el consumidor hace un balance para valorar las características de los productos que más le interesan.
- **Decidir la compra:** en esta fase el consumidor realiza la compra. Como toda actividad humana esta puede estar influenciada por otras personas, como personas que compartan argumentos negativos de compra que pueden hacer cambiar la opinión del consumidor y otras personas que pueden ser el usuario final y cuya satisfacción es la que se busca mediante la compra del producto.
- **Comportamiento post-compra:** depende de la satisfacción o insatisfacción producida en el consumidor a través de la compra, es decir, si consiguió satisfacer con el producto aquello que deseaba. En el caso de la compra impulsiva el comprador no pasa por todas las etapas antes mencionadas.

## 2.4 Análisis de la competencia

El análisis de la competencia es el análisis de los recursos, capacidades, estrategias, ventajas competitivas, fortalezas, debilidades y demás características de los actuales y potenciales competidores (empresas competidoras) de una empresa, que se realiza con el fin de poder, con base en dicho análisis, tomar decisiones o formular estrategias que permitan competir con ellos de la mejor manera posible.

Realizar el análisis de la competencia no solo permite prevenir y actuar ante las nuevas acciones o estrategias de los competidores, sino también aprovechar sus debilidades, bloquear o hacer frente a sus virtudes o fortalezas, y tomar como referencia sus productos o las estrategias que les brindan mejores resultados.

Por ejemplo, si al analizar la competencia se da cuenta que una de las debilidades de uno de los competidores son sus elevados costos y una mala atención al cliente, como consecuencia de ello, se podría tomar la decisión de invertir en nuevas tecnologías a fin de reducir los propios precios y dar prioridad a la atención al cliente a el fin de ganar esa cuota de mercado.

## **2.5 Estudio de mercado**

El estudio de mercado es algo más que un simple análisis de oferta y demanda, pues muchos costos de operación al momento de implementar el proyecto son desconocidos. Sin embargo, estos pueden ser pronosticados mediante un modelo de simulación el cual recrea una situación futura mediante la inclusión de variables que esquematizan las políticas y procedimientos que se utilizaran como estrategia comercial, para ello es necesario contar con información acerca de los siguientes aspectos:

- El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- Comercialización del producto o servicio del proyecto.
- Los proveedores y la disponibilidad y precios de los insumos, actuales y proyectado

## **2.6 Análisis del entorno**

Misión:

Proporcionar espacio de diversión para las personas contribuyendo a la sana convivencia y esparcimiento.

Visión:

Ser un parque de diversiones sustentable y reconocido a nivel nacional por sus continuas mejoras en términos de servicios e innovación.

Política de calidad:

La política de calidad recae en brindar y proporcionar productos y servicios con los máximos estándares de calidad, para dicho propósito la empresa estará comprometida con la adquisición de la mejor tecnología, así como la constante capacitación y evaluación del personal a fin de que esté comprometido con los objetivos y filosofía de la empresa.

Por otro lado, la empresa no escatimará en recursos, pues se invertirá en el desarrollo y ejecución de actividades y procesos respectivamente, a fin de ganar cuotas de mercado y mejoras técnicas.

Objetivos organizacionales:

- En el corto y mediano plazo, ganar paulatinamente cuotas de mercado.
- Contar con productos y servicios de calidad.
- Incrementar las utilidades y disminuir los costos.
- Ser una empresa sustentable y socialmente responsable.

Valores:

Los valores que guían a la empresa son:

- Compromiso.
- La superación y mejora continua.
- Integridad.
- Solidaridad.
- Equidad.
- Excelencia.

## 2.7 Análisis FODA

Comúnmente para conocer la situación en el mercado de una empresa se utiliza es análisis FODA, que por sus iniciales se refiere a:

- F Fortalezas.
- O Oportunidades.
- D Desafíos.
- A Amenazas.

El análisis FODA brinda un panorama general del entorno en el que se desenvolverá el proyecto

Las fortalezas de nuestro parque temático son las siguientes:

- Será ubicado en la localidad de San Isidro Llano Grande<sup>2</sup> (Región de la Sierra Norte), la cual ya cuenta con cierta infraestructura que facilitará la instalación del parque temático.
- La región dispone de extensas y bellas zonas boscosas, en las que abundan diferentes especies de aves y mamíferos. Sus atractivos pueden conocerse a través de cinco variadas rutas ecoturísticas: Piedra Larga y Piedra Ventana, Cascada El Pinovete, Mirador Yaa Tini,

---

<sup>2</sup> <https://www.oaxaca-mio.com/ecoturismo/sanisisidro.htm>

Mirador las Torres y Llano del Berro, en las cuales pueden realizarse actividades de caminata, ciclismo de montaña, observación de flora y aves.

La región cuenta con los siguientes servicios:

- Hospedaje: 15 cabañas de adobe y madera con baño y chimenea (capacidad: 53 personas).
- Alimentación: Comedores particulares.
- Renta de Equipo: Bicicletas de montaña y tiendas de campaña.
- Otros servicios: Oficina de ecoturismo, guías comunitarios, áreas para acampar, asadores, área para fogatas, recorridos, servicios de transporte y salón de usos múltiples con capacidad de 60 personas con equipo audiovisual, cañón, computadora y pantalla.
- Actividades: Observación de flora y fauna (aves), caminata y ciclismo de montaña.
- San Isidro Llano Grande posee el orgullo de ser una de las comunidades más limpias de todo el país, lo que nos habla de la gran vocación ecológica de sus habitantes.

Las debilidades del proyecto son:

- Costos relativamente elevados
- Poco aforo al inicio de la operación, debido a la contingencia por Covid-19.

Las oportunidades del negocio son:

- Creciente cultura del deporte en la sociedad
- La región es muy popular entre los extranjeros que cada año visitan las playas de Oaxaca, mismos que están dispuestos a pagar un costo más elevado a fin de disfrutar una variedad de actividades.
- No existe un parque temático en la región.
- El proyecto genera oportunidades de entrelazamiento con la economía local, pues los pobladores cuentan con una cultura de la higiene, la limpieza y sustentabilidad.
- A pesar de que la zona cuenta con servicios de ecoturismo que son muy demandados, estos pueden ser complementados con los deportes extremos apoyándonos en la infraestructura natural.
- La región pertenece a uno de los estados y ciudades más turísticos.

- Crecimiento económico de la región a través de la generación de empleo y encadenamientos productivos cuando siempre la sustentabilidad ecológica del proyecto.
- La promoción indirecta de la región al mundo a través de los turistas.

Las principales amenazas son:

- La región es poco conocida por el turismo nacional.
- La situación actual de la pandemia del Covid-19 ha debilitado el turismo nacional y extranjero.
- Inseguridad del país.
- Los productos y servicios van dirigidos a una población de ciertos ingresos (medio-alto) pues para cumplir con todas las normas de calidad y el estar a la vanguardia tecnológica a fin de garantizar una actividad sustentable requiere de constante inversión.

De esta manera se conocen los principales puntos a ser tomados en cuenta para generar estrategias que permitan la implementación del proyecto.

Estrategia:

La estrategia es un concepto muy importante pues marcará el rumbo de la empresa. Basándose en los objetivos, recursos y estudios del mercado y de la competencia debe definirse una estrategia que sea la más adecuada para la nueva empresa. Toda empresa deberá optar por dos estrategias posibles:

Liderazgo en costo, la cual consiste en mantenerse en los primeros lugares de la lista a nivel competitivo a través de aventajar a la competencia en materia de costos; y diferenciación esta estrategia, que consiste en crear un valor agregado sobre el producto ofrecido para que este sea percibido en el mercado como único: diseño, imagen, atención a clientes, entrega a domicilio entre otras.

El cuadro 1 resume el análisis FODA y las posibles estrategias a implementar a fin de que el proyecto sea exitoso en el corto, mediano y largo plazo.

### Cuadro1

#### Análisis FODA.

#### ANÁLISIS DEL ENTORNO

		<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>ANÁLISIS</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<p>Estrategias FO</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Aplicar todas las estrategias del primer jugador para entrar al mercado.</li> <li>2.- Crear lazos con los pobladores locales</li> <li>3.- Ofrecer bienes y servicios variados en un solo lugar.</li> <li>4.-Asociación con los negocios locales, principalmente de ecoturismo y alimentación, a fin de crear lazos de reciprocidad y beneficio mutuos.</li> </ol>	<p>Estrategias FA</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Garantizar la satisfacción de los clientes a fin de que promuevan la región en sus lugares de origen.</li> <li>2.- a medida que el proyecto avance se espera que los costos se vayan reduciendo.</li> </ol>
<b>INTERNO</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<p>Estrategias DO</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.-Mostrar el proyecto de inversión a diferentes inversionistas para lograr que este se materialice.</li> <li>2.- hacer un esfuerzo por brindar precios accesibles a los habitantes de la región a fin de crear encadenamientos con la región.</li> </ol>	<p>Estrategias DA</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.-seleccionar un sitio de fácil acceso a los turistas vía carretera.</li> <li>2.- implementar acciones que permitan generar economías de escala con la región a fin de abaratar los costos y de esta manera se vuelvan más accesible al público los productos y servicios que ofrece la empresa.</li> </ol>

Fuente: Elaboración propia

## 2.8 Identificación del producto

### 2.8.1 Población consumidora

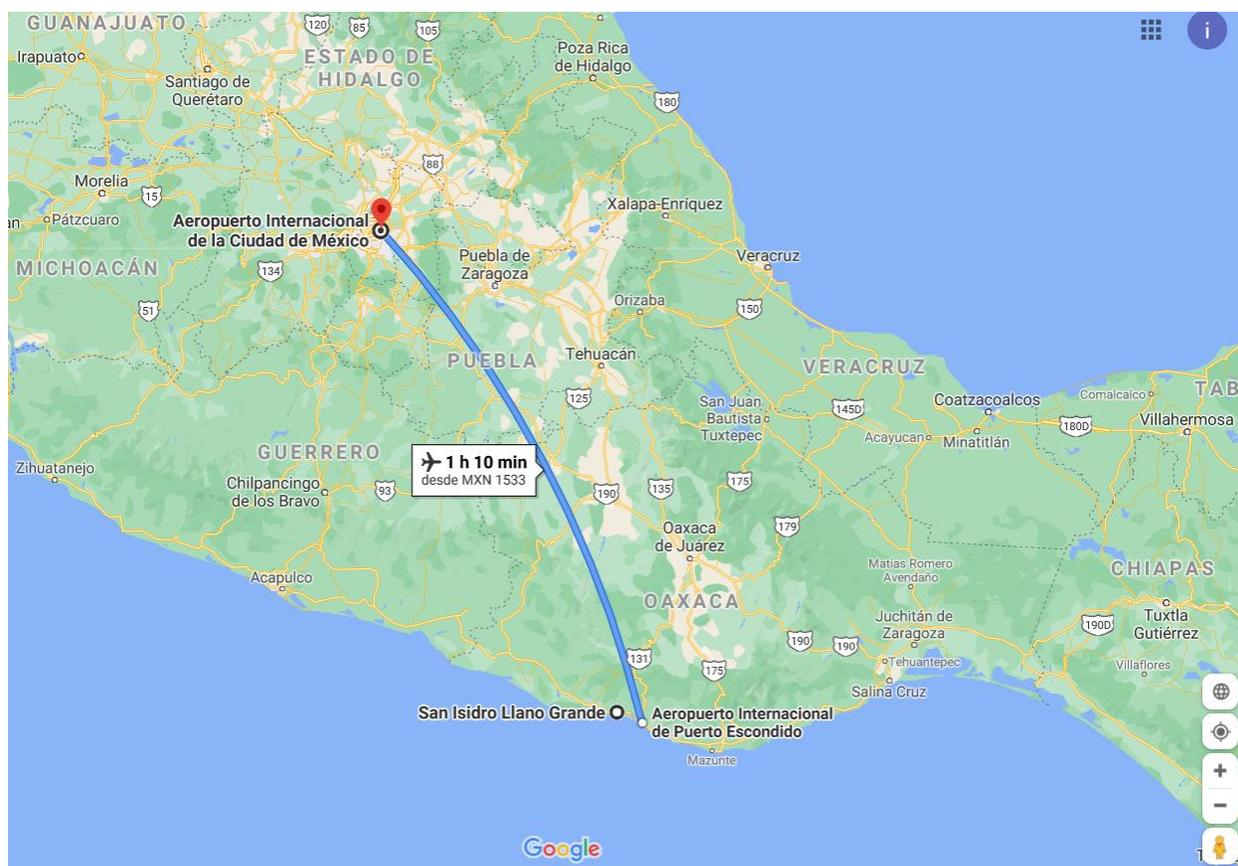
El tipo de servicios y productos que el proyecto ofrece va dirigido a turistas de origen nacional y extranjero de entre 18 y 40 años, cuyo destino sea el estado de Oaxaca. Según datos de la Secretaría

de Turismo del Gobierno del Estado de Oaxaca, este estado es uno de los destinos preferidos por los turistas tanto de origen nacional como extranjero, cuyos tres principales destinos son: la Ciudad de Oaxaca, las Bahías de Huatulco y Puerto Escondido.

Ahora bien, San Isidro Llano Grande se encuentra situado muy cerca de Puerto escondido (aproximadamente a 15 minutos en auto), además de que existe un servicio de vagonetas (Puerto escondido- San Isidro Llano Grande y viceversa) cada 90 minutos si uno viaja directamente de puerto escondido y un servicio de autobuses de la línea “Flecha del Zempoaltépetl”, en la Central Camionera de la Ciudad de Oaxaca, los cuales ofrecen salidas diarias a las 8:00, 12:00, 15:00 y 17:00 horas, si uno viene desde la Ciudad de Oaxaca. La figura 1 muestra la macrolocalización de dicha localidad.

**Figura 1**

*Ubicación de San Isidro Llano Grande*



Fuente: Google. (s.f.). [San Isidro Llano Grande, México en Google maps].

### ***2.8.2 El producto en el mercado***

El producto en el mercado se sintetiza como la creciente necesidad e importancia de cuidar la salud física ante el incremento de enfermedades degenerativas (diabetes, hipertensión, enfermedades del corazón, entre otras) causadas por los malos hábitos alimenticios, el estrés y la falta de ejercitación de grandes segmentos de la población. La mejor manera de combatir estas enfermedades es mediante la ejercitación y/o la práctica de algún deporte, así como la sana alimentación.

Existen diversas formas para ejercitarse, sin embargo, el sector de la población a quien va dirigido el “producto o servicio” cuenta con algunas características importantes entre las que destacan la edad y el ingreso, en la primera además de ser apropiada para la práctica del deporte es aquella en la que el individuo se desenvuelve laboralmente y por ende aquella en la que se obtienen ingresos de manera autónoma. Por otra parte, dentro de esta población existe un segmento que se siente atraído por una aparente peligrosidad y un cierto grado de satisfacción y aventura, o como comúnmente se le denomina “emociones fuertes” pues en su vida cotidiana lidia con el estrés ya sea académico o laboral.

Por lo anterior el nicho de mercado se refiere a las personas jóvenes (18-40) nacionales y extranjeros que gustan de la adrenalina, con ingresos medios-altos. La necesidad de mercado es la creciente tendencia de una población que por sus ocupaciones y gustos requieren de una alternativa saludable para generar adrenalina de manera natural y que gustan de los retos profesionales y personales.

Este proyecto tiene contemplado proporcionar el servicio de cafetería, así como el servicio de estacionamiento y sanitarios, Por otra parte, cada uno de los deportes contará con el equipo de seguridad respectivo, y con personal capacitado para brindar apoyo ante cualquier situación de emergencia, ello con objeto de brindar al cliente la mayor seguridad posible y este se sienta seguro y disfrute al máximo cada una de sus actividades.

El factor diferenciador de este parque temático de deportes extremos es que será el primero en la región que contará con servicios como restaurantes, parqueaderos, enfermería, salón para eventos sociales, cancha sintética y organización de eventos. Lo anterior representa una ventaja y radica en que, al no tener competidores que saturen el mercado, se logrará un posicionamiento con mayor facilidad. Al mismo tiempo que al brindar un servicio innovador, se incrementaría el número de ventas del servicio.

### 2.8.3 *Marca, Slogan y Logo*

La marca del proyecto es “Berry’s Extreme World” y el slogan es “Emociones que cautivan”, los cuales están plasmados en el logo que se muestra en la Figura 2:

**Figura 2**

*Marca, Slogan y Logo*



Fuente: Elaboración propia

### 2.8.4 *Distribución del sitio*

El sitio es un terreno de 2.5 hectáreas inicialmente con la opción de ampliarse hasta 5 hectáreas cuya ubicación exacta es “Carretera Federal Km. 113, Puerto, Salina Cruz - Santiago Pinotepa Nacional El Cacalote, Villa de Tututepec de Melchor Ocampo”.

La figura 3 muestra la ubicación y composición orográfica del terreno. Por su parte, la Figura 4 muestra la meso-localización del terreno:

**Figura 3**  
*Ubicación del terreno*



[Calcula tu hipoteca](#)

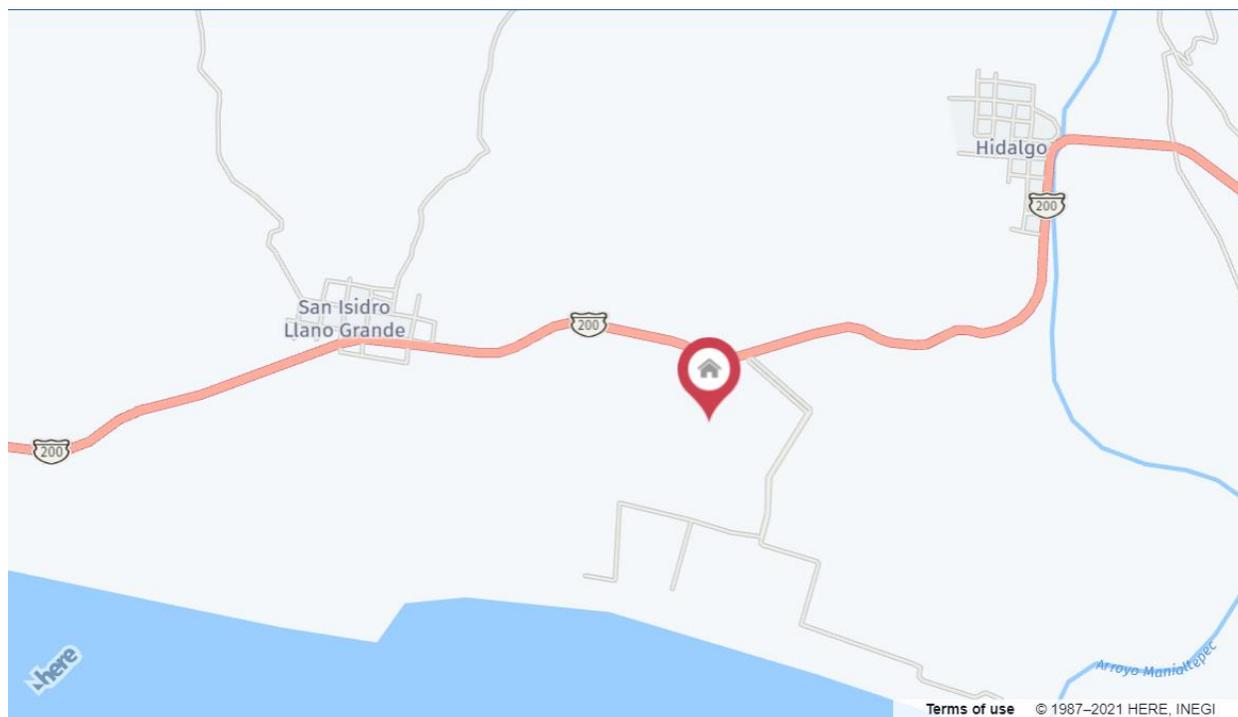
**\$ 1,200,000**

↕ 25000 m<sup>2</sup>  
Terreno

**Terreno en venta en cacalotepec, rio grande oaxaca**

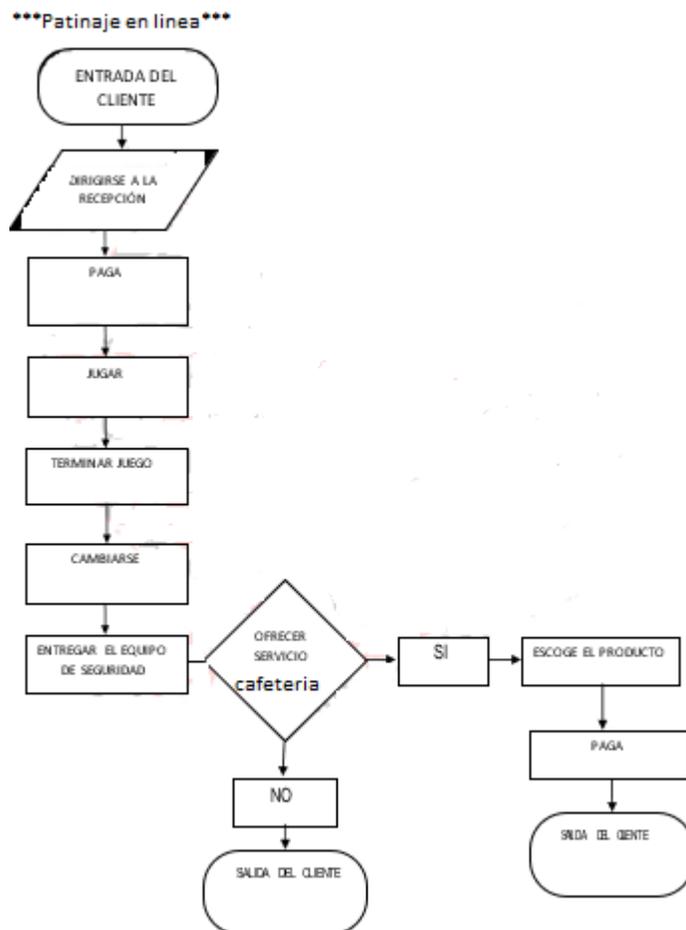
📍 Carretera Federal Km. 113, Puerto, Salina Cruz - Santiago Pinotepa Naciona El Cacalote, Villa de Tututepec de Melchor Ocampo

Fuente: obtenido de [www.lamudi.com.mx](http://www.lamudi.com.mx)

**Figura 4***Meso-localización del terreno*

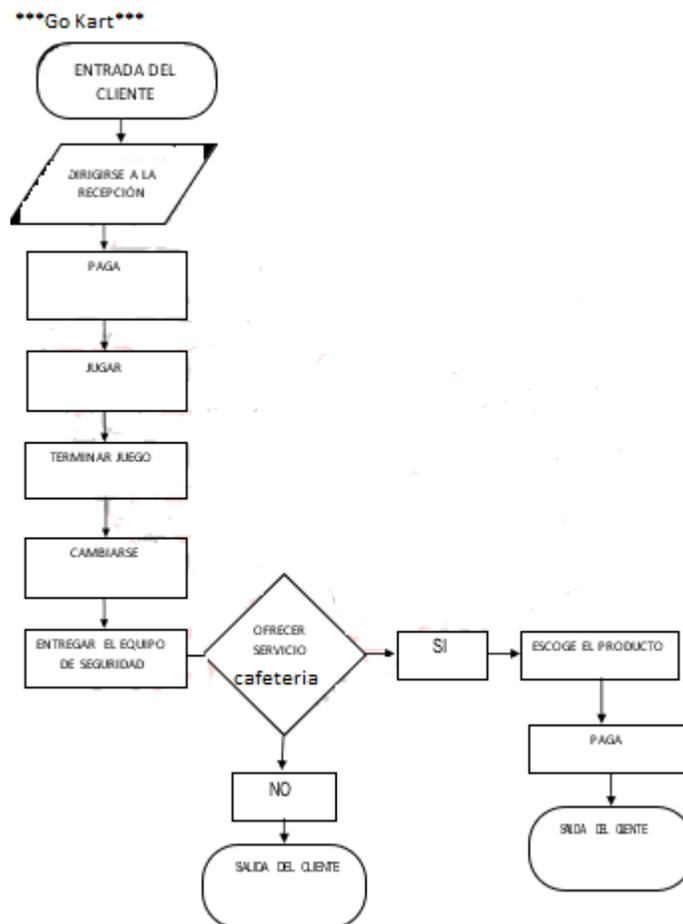
Fuente: obtenido de [www.lamudi.com.mx](http://www.lamudi.com.mx)

Por otra parte, las áreas para los deportes quedaron diseñadas con estructuras similares a fin de optimizar y contralar la afluencia de clientes. Las figuras 5-8 muestran la estructura que tendrá cada una de las áreas de deportes extremos:

**Figura 5***Estructura del área Patinaje en línea*

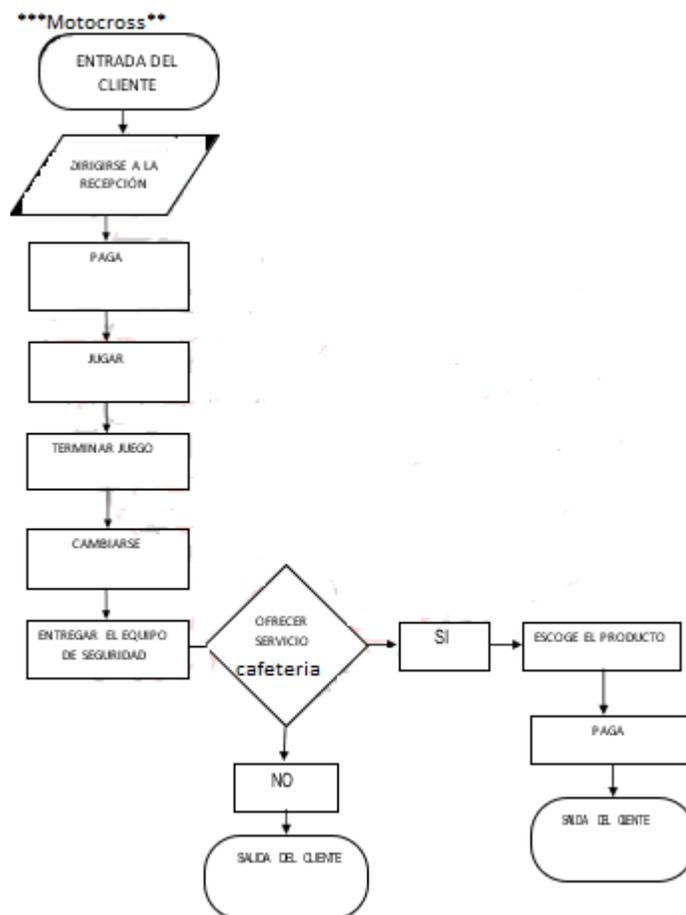
Fuente: Elaboración propia.

**Figura 6**  
*Estructura del área Go Kart*

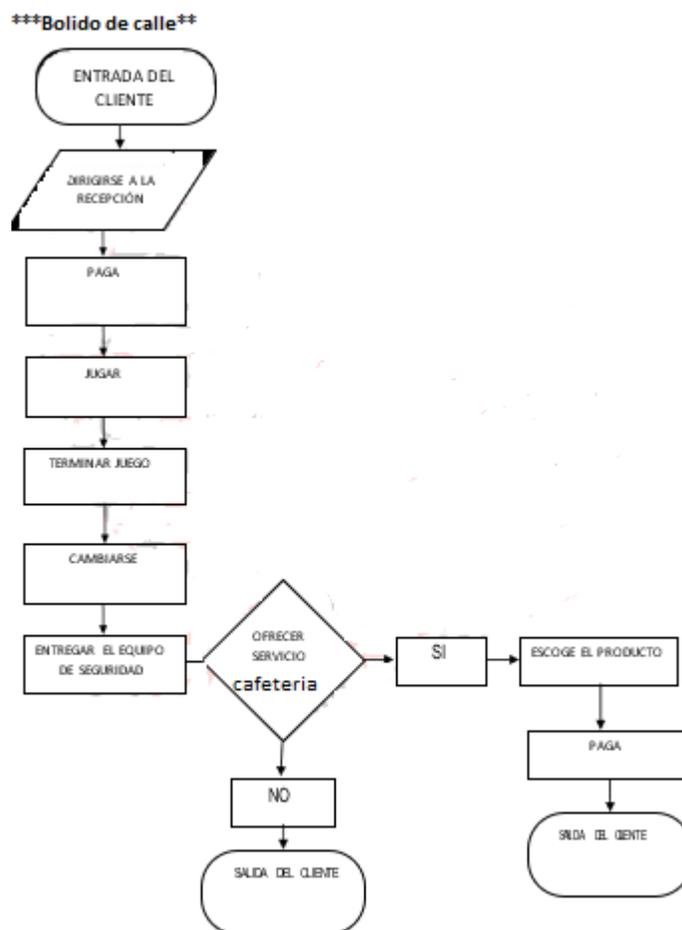


Fuente: Elaboración propia.

**Figura 7**  
*Estructura del área Motocross*



Fuente: Elaboración propia

**Figura 8***Estructura del área Bolido de calle*

Fuente: Elaboración propia

## 2.9 Análisis de la demanda

Los potenciales consumidores son principalmente turistas de entre 18 y 40 años con ingresos medios altos, la ventaja de la zona en que será ubicado el parque temático es que se encuentra ubicado en uno de los destinos más populares entre los viajeros nacionales y extranjeros. Según un reporte publicado por la plataforma Viajala, en su segunda edición del Barómetro, Oaxaca y París (Francia), son los destinos, nacional e internacional, con el mayor crecimiento de la demanda para los viajeros en México.

Por su parte, de acuerdo con la plataforma para viajeros KAYAK, el estado de Oaxaca es uno de los cinco lugares más buscados durante la pandemia por turistas nacionales que desean viajar cuando las condiciones de salud lo permitan. Los destinos tendencia durante el confinamiento por

COVID-19, según los datos recabados por KAYAK son: Mazatlán, Acapulco, Puerto Escondido, Oaxaca de Juárez y Mérida.

### 2.9.1 Tendencias

Un buen indicador de la tendencia de la posible demanda se puede obtener mediante un sistema de encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros en la zona de Puerto Escondido, pues este destino turístico en realidad se encuentra muy cerca del posible parque temático. Las encuestas ayudan a revelar la preferencia y gusto de los turistas por contar un parque de deportes extremos. En este sentido la Tabla 1 muestra la tendencia del turismo en Puerto Escondido en los últimos años<sup>3</sup>. Como puede apreciarse, hasta antes de la pandemia del Covid-19 la tendencia a la afluencia de turistas era crecimiento, del mismo modo que la derrama económica en dicha región.

**Tabla 1**  
*Tendencia del turismo en Puerto Escondido*

	<b>Turistas Nacionales</b>	<b>Turistas Extranjeros</b>	<b>Total</b>	<b>Gasto Promedio</b>	<b>Derrama Económica (MDP)</b>
Puerto Escondido (2018)	528,932	53,930	582,862	1324	1,420
Puerto Escondido (2019)	671,598	23,598	695,146	1333	1,612
Puerto Escondido (2020)	281,420	11,891	293,311	1,277	708

Fuente: Secretaría de Turismo - Gobierno del Estado de Oaxaca.

<sup>3</sup> Debe considerarse al año 2020 como un año atípico derivado de la pandemia del Covid-19

### 2.9.2 Encuestas

Se realizaron 580 cuestionarios en las zonas aledañas y turísticas en la región (tanto con los pobladores locales como con los turistas extranjeros de entre 18 y 40 años elegidos al azar) con la finalidad de saber el tipo de servicio que les gustaría recibir en el parque temático de deportes extremos por un lado y por otro cuánto estarían dispuestos a pagar por los mismos.

Para una mejor visualización de las encuestas realizadas se procederá a realizar una evaluación e interpretación de estas.

#### Cuestionario

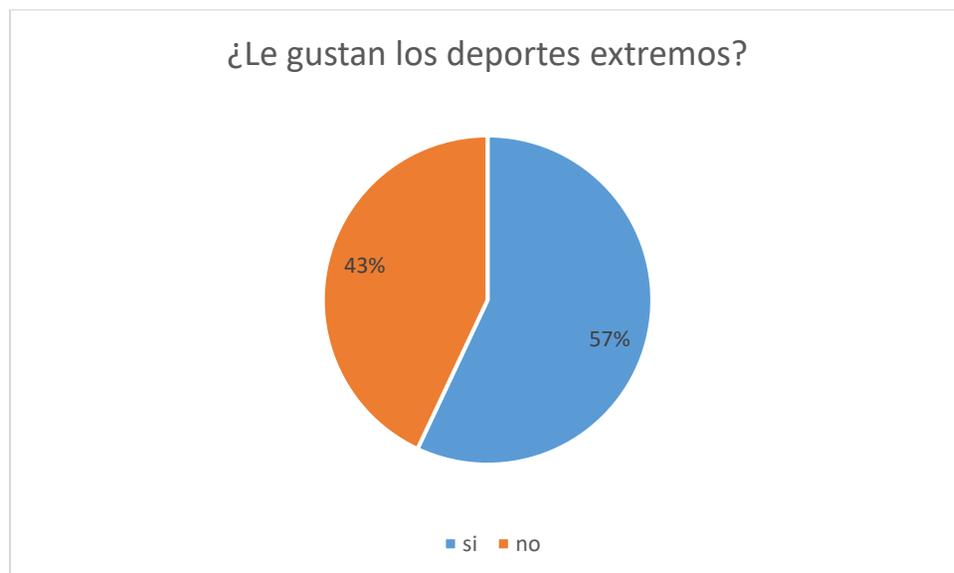
Este cuestionario fue diseñado a fin de conocer los gustos y preferencias de la población objetivo en relación con los deportes extremos. Se les pide de la manera más atenta que respondan con honestidad y objetividad, ya que las respuestas serán un indicador para la elaboración de nuestro proyecto.

Subraye la respuesta que crea conveniente para usted.

EDAD: \_\_\_\_\_ OCUPACIÓN: \_\_\_\_\_ SEXO: \_\_\_\_\_

1.- ¿Le gustan los deportes extremos?

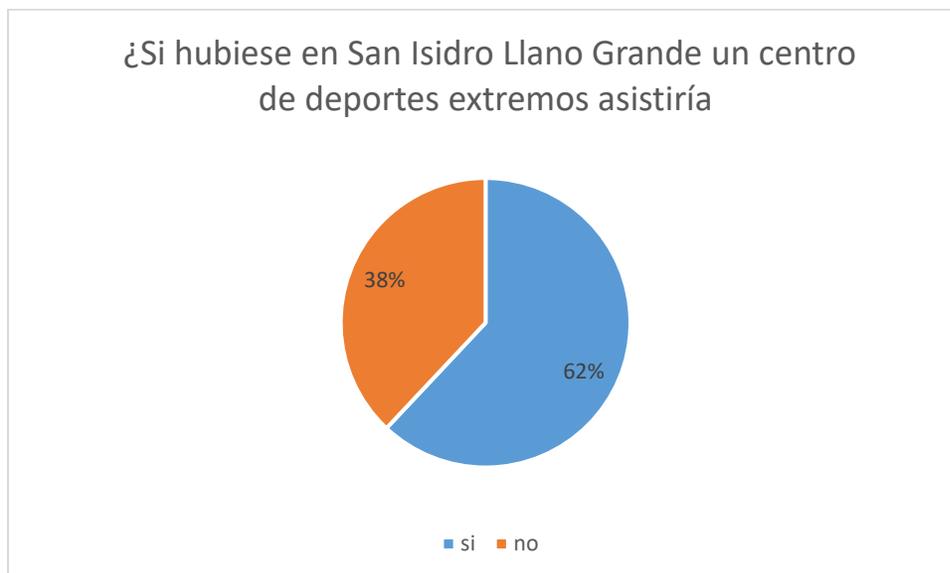
a) Si                      b) No



2.- ¿Si hubiese en San Isidro Llano Grande un centro de deportes extremos asistiría?

a) Si

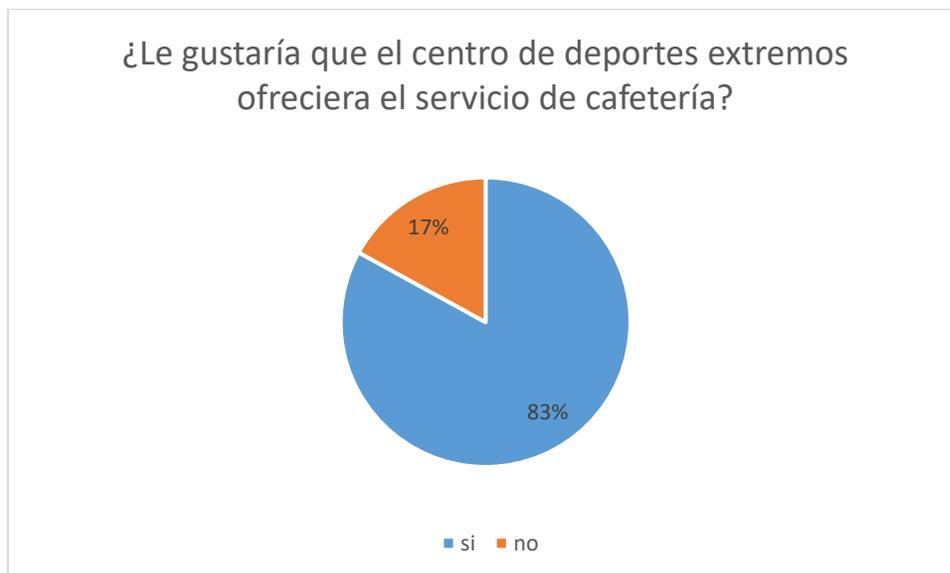
b) No



3.- ¿Le gustaría que el centro de deportes extremos ofreciera el servicio de cafetería?

a) Si

b) No



4.- ¿Qué tipo de deportes extremos te gustaría realizar?

a) Alpinismo.

b) Patinaje en línea

Patinaje en línea

Alpinismo

Motocross en circuito de barro

Motocross en circuito de barro

Ciclismo (se realiza diversos saltos)

Bólide de calle

Bólide de calle

Go kart



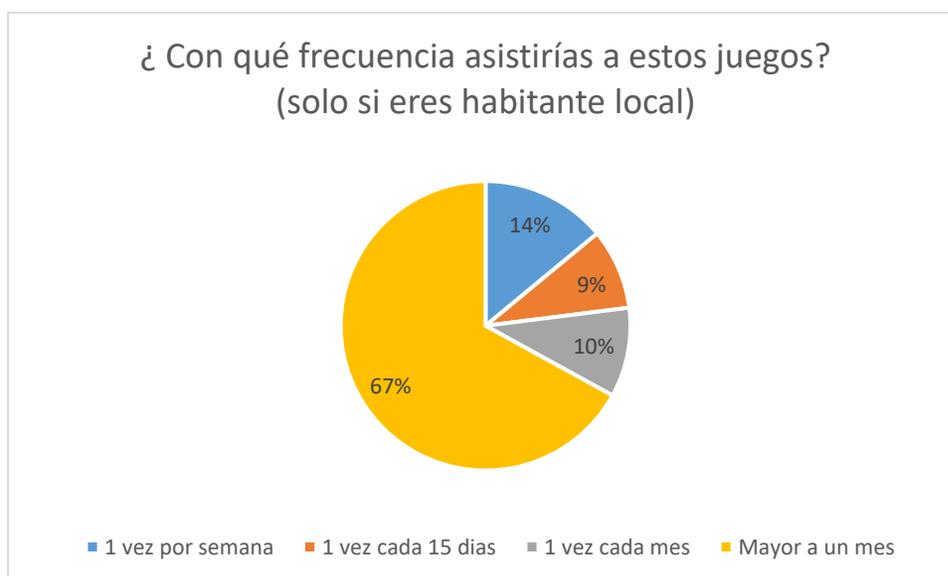
5.-¿Con qué frecuencia asistirías a estos juegos? (solo si eres habitante local)

a) 1 vez por semana

b) 1 vez cada 15 días

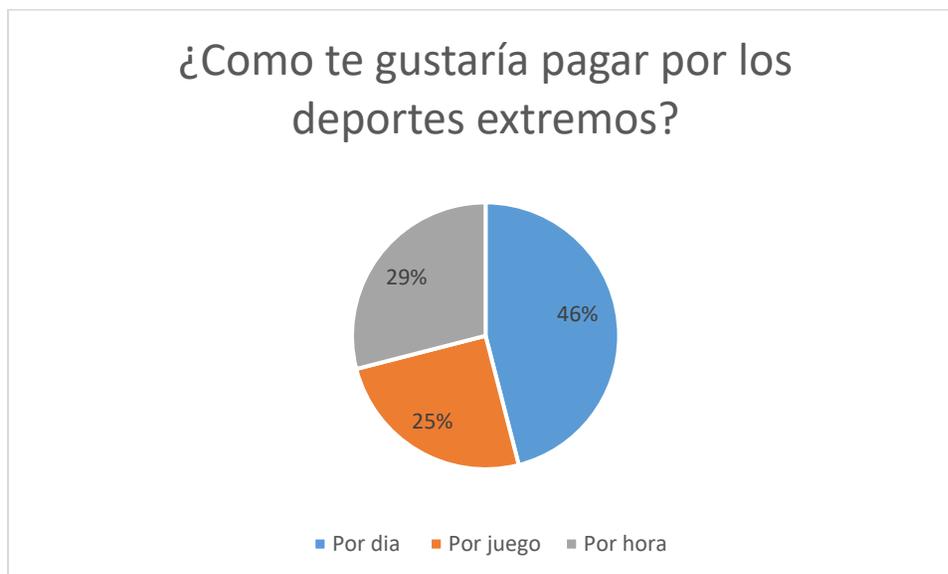
c) 1 vez cada mes

d) Mayor a un mes



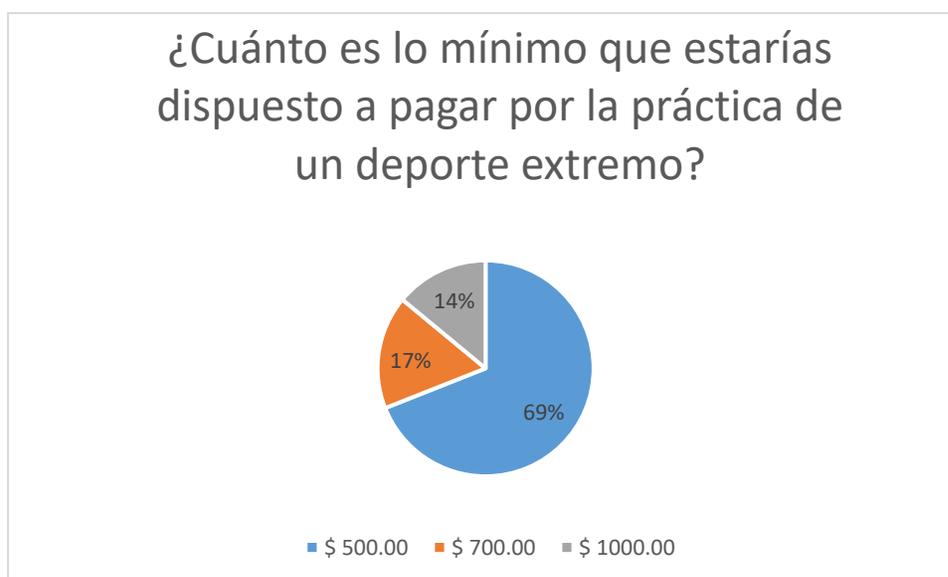
6.- ¿Como te gustaría pagar por los deportes extremos?

a) Por día    b) Por juego    c) Por hora



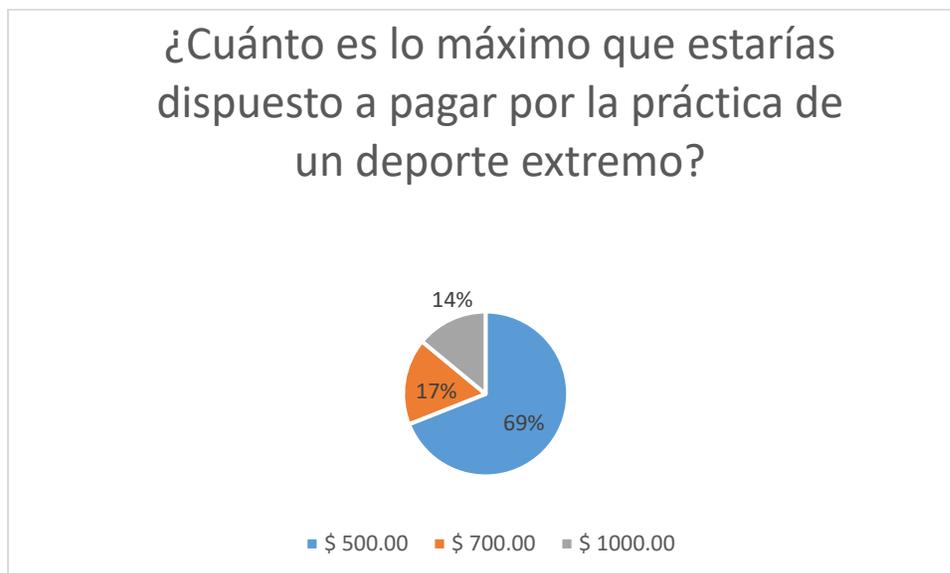
7.- ¿Cuánto es lo mínimo que estarías dispuesto a pagar por la práctica de un deporte extremo?

a) \$ 350.00    b) \$ 500.00    c) \$ 700.00



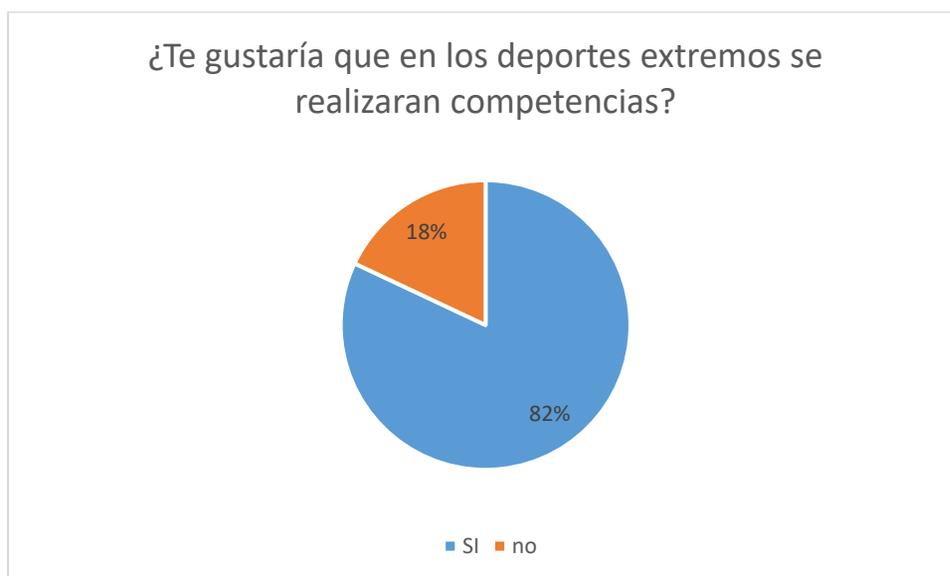
8.- ¿Cuánto es lo máximo que estarías dispuesto a pagar por la práctica de un deporte extremo?

a) \$ 500.00    b) \$ 700.00    c) \$ 1000.00



9.- ¿Te gustaría que en los deportes extremos se realizaran competencias?

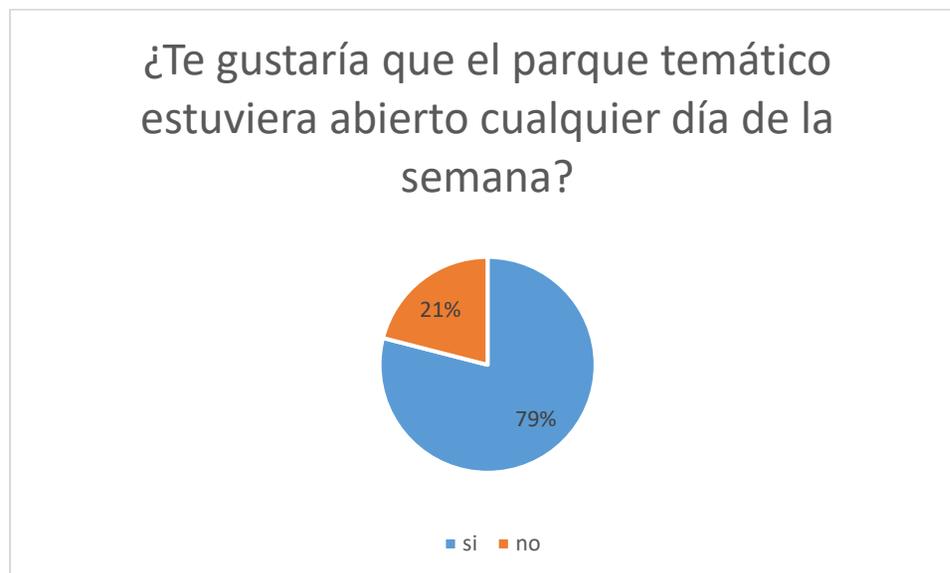
a) Si    b) No



10.- ¿Te gustaría que el parque temático estuviera abierto cualquier día de la semana?

a) Si

b) No



Al realizar los cuestionarios, se decidió tomar la misma proporción de hombres y mujeres a fin de que se conozcan las necesidades y preferencias de cada sexo, de esta manera el parque puede ser construido con una perspectiva de género, teniendo en cuenta aspectos como la construcción de áreas comunes donde ambos sexos puedan convivir en un ambiente de confianza y tranquilidad, la planeación de los baños, las líneas de seguridad y los sistemas de apoyo ante cualquier situación incómoda por parte de algún trabajador o trabajadora e incluso de los mismos clientes.

Cabe señalar que la proporción de hombres y mujeres que manifestaron su gusto por los deportes extremos es muy pareja (46% mujeres y 54% hombres) las variaciones solo se observaron en la preferencia particular de deportes, por ejemplo, las mujeres se sintieron más inclinadas a deportes como el bólide de calle y el ciclismo, mientras que los hombres mostraron una preferencia mayor por el alpinismo y el motocross.

### Capítulo III. Estudio Económico Financiero

Cuervo & Rivero (1986) consideran que “la creciente complejidad de la gestión empresarial exige que esta sea juzgada a partir del análisis económico-financiero de un sistema de variables, cuya conjunción define el éxito de la empresa, al mismo tiempo que informa sobre su futuro y valor en el mercado”. (p.15), todo el análisis económico financiero debe plantearse sobre la base de considerar la empresa como una unidad de producción en funcionamiento y esto lleva a su vez la necesidad de tener presente de forma explícita o implícita el flujo de valores correspondientes a la actividad que se realiza.

Los objetivos propuestos para el desarrollo de este capítulo son los siguientes:

Determinar el monto de inversión total requerido y el tiempo en que será realizada, llevar a cabo el presupuesto de ingresos y egresos en que incurrirá el proyecto y analizar costos y gastos incurridos.

#### 3.1 Régimen Fiscal

El Servicio de Administración Tributaria (SAT) cuenta con distintos regímenes tributarios que pueden ser utilizados por personas o sociedades que ejerzan alguna actividad empresarial entre los principales se encuentran:

- Persona física
- Régimen de Incorporación Fiscal
- Régimen de actividades empresariales con ingresos a través de plataformas tecnológicas
- Régimen de actividades empresariales y profesionales
- Actividades Agrícolas, Ganaderas, Silvícolas y Pesqueras (sector primario)
- Persona moral

Existen tratamientos especiales para algunos de estos regímenes, uno de ellos es el régimen de las sociedades cooperativas de producción de bienes o servicios, el cual después de cotejar las distintas opciones y siguiendo algunas de las recomendaciones de El Contribuyente (2018), se considero era el mejor para constituir la empresa.

La mayoría de estos regímenes ofrecen ventajas de acuerdo al giro y modelo del negocio, por ejemplo, ciertas PyMEs cuya actividad requiera renovar continuamente el inventario (como son las empresas de compraventa) pueden acogerse al régimen de flujo de efectivo, el cual en vez de

deducir el costo de ventas se deducen las compras. Eso implica que si en un momento dado se tiene una utilidad fiscal, que es a la que le aplican la tasa de ISR, esta se puede eliminar comprando inventario.

En lo que a nuestro caso se refiere y puesto que la empresa planteada es una que brindara servicios y no tanto de productos físicos, resulta más conveniente el régimen de las sociedades cooperativas de producción de bienes o servicios, pues este funciona con base en el flujo de efectivo, pero que por ley (dos años) y por decreto (tres años) permite pagar el impuesto sobre la renta (ISR) a los cinco años, posteriores a la causación. Ese beneficio funciona como una especie de financiamiento.

### **3.2 Financiamiento**

Este proyecto tiene contemplado financiarse con un capital propio (2 socios) de \$700,000.00 pesos en total, y con un crédito hipotecario para adquirir el terreno y ampliar el negocio de \$2,000,000.00, este crédito lo ofrece Nacional Financiera y se gestiona a través de la banca comercial con tasas de interés preferenciales y plazos accesibles.<sup>4</sup> y cuya garantía es el propio terreno e inventario<sup>5</sup>.

### **3.3 Inversión inicial**

La inversión requerida por el proyecto se desglosa en la Tabla 2. Es importante aclarar que los precios se obtuvieron del sitio de compras Amazon ya que, debido a sus bajos costos de envío, resulta la opción más viable para conseguir la maquinaria y el equipo.

---

<sup>4</sup> Si se desean conocer detalles de estos créditos pueden consultarse los sitios web de Nacional Financiera:

<https://www.nafin.com/portalfn/content/financiamiento/empresarial.html>

y el del banco comercial BBVA:

<https://www.bbva.mx/empresas/productos/financiamiento/creditos-a-corto-y-largo-plazo/credito-pyme.html>

<sup>5</sup> El terreno tiene un valor inicial de 1,200,000.00 pesos por 2.5 hectáreas, sin embargo, el dueño del mismo brinda la opción de vender el doble de tierra por 2,000,000.00 pesos.

**Tabla 2**  
*Inversión inicial*

Concepto	Piezas	Costo total (precios de 2021)
Maquinaria	3	95,700.00
Trajes	8	20,000.00
Chaqueta Protector de Cuerpo Entero Confortable Carreras Motocross	8	10,400.00
Motocicleta Ciclismo Esquí Deporte	6	10,182.00
Paquetes sanitarios redondos (taza de baño, lavabo y tanque)	2	14,000.00
Bólido de calle	30	10,000.00
Uniformes	4	400,000.00
Motocicletas	2	60,000.00
Go Kart	4	6,184.00
Patinetas	12	28,404.00
Cascos	24	12,326.00
Rodilleras y coderas profesionales	16	7,376.00
Guantes de motocicleta para hombre con nudillos duros tácticos para Airsoft Pointball, guantes de dedo completo para ciclismo, escalada, camping, deportes al aire libre	16	7,376.00
<b>Total</b>		<b>674,572.00</b>

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de Amazon.

### 3.4 Flujos de entrada

Este tipo de presupuesto resulta útil pues las ganancias dependen de los ingresos, la tabla 3 muestra los flujos de entrada que se planean recibir en el primer año de operación.

**Tabla 3**

*Flujos de entrada*

<i>Bimestre</i>	<i>Monto</i>
Febrero	350,000.00
Abril	350,000.00
Junio	350,000.00
Agosto	350,000.00
Octubre	350,000.00
Diciembre	350,000.00
<b>Total</b>	<b>2,100,000.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Es decir, en promedio un total de \$8750 pesos diarios si se trabajan 20 días al mes o de 5833 si se trabaja todos los días. En un estudio de ingresos de negocios medianos y grandes de la región llevado a cabo mediante encuestas, nos llevó a concluir que esta meta es perfectamente posible, pues en este tipo de servicios las personas encuestadas refirieron que “el turista no escatima en este tipo gastos”. Así mismo, varios de los encuestados fueron los encargados de administrar la renta de equipos: como son las bicicletas de montaña, las tiendas de campaña, las oficinas de ecoturismo, los guías comunitarios y los encargados de un salón de usos múltiples con capacidad de 60 personas con equipo audiovisual, cañón, computadora y pantalla.

Por otra parte el presupuesto de ingresos de un proyecto de inversión está formado por la previsión de los recursos que la entidad espera obtener durante un periodo de tiempo para financiar los gastos que figuran en el presupuesto de gastos, la Tabla 4 muestra el presupuesto de ingresos a 5 años de nuestro proyecto.



Sueldos		50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00
		0					
Gasolina <sup>6</sup>	400 litros	7,892.00	7,892.00	7,892.00	7,892.00	7,892.00	7,892.00
Diesel <sup>7</sup>	900 litros	19,161.00	19,161.00	19,161.00	19,161.00	19,161.00	19,161.00
Mantenimiento equipo Go Kart		7,500.00		7,500.00		7,500.00	
Mantenimiento equipo motos		3,500.00		3,500.00		3,500.00	
Despensa		5,000.00		5,000.00		5,000.00	
Impuestos			10,000.00		10,000.00		10,000.00
<b>Total</b>		<b>145,713.00</b>	<b>143,053.00</b>	<b>144,053.00</b>	<b>140,713.00</b>	<b>144,053.00</b>	<b>143,143.00</b>
		<b>00</b>	<b>0</b>	<b>0</b>			<b>0</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 5**

*Presupuesto de egresos fijos anuales (continuación)*

Concepto	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Escoba		20.00			20.00		80
Cubetas					90.00		270
Trapeadores		90.00			90.00		360
Papel Higiénico		1160.00			1160.00		4640
Bolsas de basura		140.00			140.00		560
Líquido limpia pisos		150.00			150.00		600

<sup>6</sup> La gasolina se tomó al precio de 19.75 pesos por litro.

<sup>7</sup> El diésel se tomó al precio de 21.19 pesos por litro.

Detergente en polvo		320.00			320.00		1280
Servilletas		340.00			340.00		1360
Jabón para manos (galón 20 litros)		350.00			350.00		1400
Hipoteca mensual	48,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00	576000
Luz		5,000.00			5,000.00		25000
Agua	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	36000
Sueldos	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	600000
Gasolina	7,892.00	7,892.00	7,892.00	7,892.00	7,892.00	7,892.00	94704
Diesel	19,161.00	19,161.00	19,161.00	19,161.00	19,161.00	19,161.00	229932
Mantenimiento equipo Go Kart	7,500.00		7,500.00		7,500.00		45000
Mantenimiento equipo motos	3,500.00		3,500.00		3,500.00		21000
Despensa	5,000.00		5,000.00		5,000.00		30000
Impuestos <sup>8</sup>		10,000.00		10,000.00		10,000.00	60,000.00
<b>Total</b>	<b>144,053.00</b>	<b>145,623.00</b>	<b>144,053.00</b>	<b>143,053.00</b>	<b>146,713.00</b>	<b>143,053.00</b>	<b>1,728,180.00</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.6 Presupuesto de egresos variables

Este tipo de presupuesto brinda una idea acerca de los costos que pueden variar en un periodo de tiempo indeterminado, la tabla 6 muestra el presupuesto de egresos variables que se prevé tendrá el proyecto durante el primer año, mientras que la tabla 7 representa los egresos totales correspondientes a los primeros 5 años del proyecto.

<sup>8</sup> Puesto que el régimen fiscal bajo el cual se constituirá el proyecto permite pagar el impuesto sobre la renta (ISR) a los cinco años, posteriores a la causación, los montos aquí mostrados se refieren a pagos de derechos y otros trámites ante hacienda y la localidad y que se distribuirán a lo largo del primer año para efectos contables.

**Tabla 6**  
*Presupuesto de egresos variables anuales*

Concepto	Piezas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Gasolina	400 litros	7,892.00	7,892.00	7,892.00	7,892.00	7,892.00	7,892.00
Diesel	900 litros	19,161.0	19,161.0	19,161.0	19,161.0	19,161.0	19,161.0
Mantenimiento o equipo Go Kart		7,500.00		7,500.00		7,500.00	
Mantenimiento o equipo motos		3,500.00		3,500.00		3,500.00	
Publicidad		25,000.0					
		0					
<b>Total</b>		<b>63,053.0</b>	<b>27,053.0</b>	<b>38,053.0</b>	<b>27,053.0</b>	<b>38,053.0</b>	<b>27,053.0</b>
		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 6***Presupuesto de egresos variables anuales (continuación)*

<b>Concepto</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiemb re</b>	<b>Octubr e</b>	<b>Noviemb re</b>	<b>Diciemb re</b>	<b>Total</b>
Gasolina	7,892.0 0	7,892.0 0	7,892.00	7,892.0 0	7,892.00	7,892.00	94,704.0 0
Diesel	19,161. 00	19,161. 00	19,161.00	19,161. 00	19,161.00	19,161.0 0	229,932. 00
Mantenimie nto equipo Go Kart	7,500.0 0		7,500.00		7,500.00		45,000.0 0
Mantenimie nto equipo motos	3,500.0 0		3,500.00		3,500.00		21,000.0 0
Publicidad	25,000. 00						50,000.0 0
<b>Total</b>	<b>63,053. 00</b>	<b>27,053. 00</b>	<b>38,053.00</b>	<b>27,053. 00</b>	<b>38,053.00</b>	<b>27,053.0 0</b>	<b>440,636. 00</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 7***Presupuesto de egresos (5 años)*

	<b>Año 1 (75%)</b>	<b>Año 2 (85%)</b>	<b>Año 3 al 5 (95%)</b>	<b>Ideal (100%)</b>
Parque deportes extremos	1,728,180.00	1,958,604.00	2,189,028.00	2,304,240.00

Fuente: Elaboración propia

### 3.7 Balance general (teórico para el año 2021)

El balance general muestra la situación financiera y patrimonial de la empresa para un momento determinado, la tabla 8 muestra el balance general que estaba previsto para el año 2021 (antes del Covid-19).

**Tabla 8**  
*Balance general 2021*

<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
Circulantes		A corto plazo	
Bancos	2,000.000.00	Proveedores	550,000.00
Clientes	100,00.00		
	2,100,000.00		
No Circulantes		A largo plazo	
Edificios	350,000.00	Acreeedores hipotecarios	2,200,000.00
Maquinaria	95,700.00	Total, pasivos	2,750,000
Equipo de trabajo	572,872.00	Capital contable	398,572.00
Papelería y artículos	5,000.00		
	1,023,572.00		
Diferido			
Propaganda	25,000.00		
Total, Activos	<b>3,148,572</b>	Pasivo contable + Capital	<b>3,148,572</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.8 Estado de resultados

El estado de resultados evalúa la rentabilidad de la empresa y de esta manera proporciona una herramienta de gestión que “ayuda a tener una mejor visión de la situación financiera de la empresa, los recursos con los que cuenta, los resultados obtenidos, las entradas y salidas de efectivo que se han presentado, la rentabilidad generada, entre otros aspectos de gran relevancia para la operación y administración de la organización” (Corponet, 2015).

El estado de resultados teórico para el año 2021 del proyecto se muestra en la tabla 9

**Tabla 9**  
*Estado de Resultados teórico (primeros 5 años)*

<b>Concepto</b>	<b>Monto (Año 1)</b>	<b>Monto (Año 2)</b>	<b>Monto (Año 3-5)</b>	<b>Monto (Año 5)</b>
Ventas netas	2,100,000.00	2,380,000.00	2,660,000.00	2,800,000.00
Costos de ventas (.80)	1,680,000.00	1,904,000.00	2,128,000.00	2,240,000.00
Utilidades brutas	420,000.00	476,000.00	532,000.00	560,000.00
Gastos operativos (.10)	42,000.00	4,760.00	5,320.00	5,600.00
Utilidades operativas	378,000.00	471,240.00	526,680.00	554,400.00
Gastos financieros (.01)	3,780.00	4,712.4	5,266.8	5,544.00
Utilidades netas antes de impuestos	374,220.00	466,527.60	521,413.20	548,856.00
Impuestos	60,000.00	60,000.00	60,000.00	219,542.4 <sup>9</sup>
<b>Utilidades netas después de impuestos</b>	<b>314,220.00</b>	<b>406,527.60</b>	<b>461,413.20</b>	<b>329,313.60</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.9 VPN y TIR

Ramirez (2016) plantea que el Valor Presente Neto (VPN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo, a su vez permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: maximizar la inversión la inversión.

Para calcular dichas medidas se requiere del flujo neto de efectivo el cual se define como la sumatoria entre las utilidades contables con la depreciación y la amortización de activos nominales,

<sup>9</sup> A partir de este año se empieza aplicar el (ISR) de 30% y el (PTU) de 10%

partidas que no generan movimiento alguno de efectivo pero sí producen ahorros fiscales debido a que son deducibles para propósitos tributarios. Cuanto mayor sea la depreciación y mayor sea la amortización de activos nominales menor será la utilidad antes de impuestos y por consiguiente menor los impuestos a pagar.

Los flujos netos de efectivo son aquellos flujos de efectivo que el proyecto debe generar después de poner en marcha el proyecto, de ahí la importancia en realizar un pronóstico muy acertado con el fin de evitar errores en la toma de decisiones.

En la Tabla 10 se pueden apreciar los flujos netos de efectivo de nuestro proyecto en los primeros 5 años de operación.

**Tabla 10**  
*Flujos netos de efectivo (primeros 5 años)*

<b>Concepto</b>	<b>Monto (Año 1)</b>	<b>Monto (Año 2)</b>	<b>Monto (Año 3-4)</b>	<b>Monto (Año 5)</b>
Ventas netas	2,100,000.00	2,380,000.00	2,660,000.00	2,800,000.00
Costos de ventas (.80)	1,680,000.00	1,904,000.00	2,128,000.00	2,240,000.00
Utilidades brutas	420,000.00	476,000.00	532,000.00	560,000.00
Gastos operativos (.10)	42,000.00	4,760.00	5,320.00	5,600.00
Utilidades operativas	378,000.00	471,240.00	526,680.00	554,400.00
Gastos financieros (.01)	3,780.00	4,712.4	5,266.8	5,544.00
Depreciación	204,714.4	204,714.4	204,714.4	204,714.4
Amortización	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
Utilidades netas antes de impuestos	164,505.60	256,813.20	311,698.80	339,141.60
Impuestos	60,000.00	60,000.00	60,000.00	135,656.64
<b>Utilidades netas después de impuestos</b>	<b>104,505.60</b>	<b>196,813.20</b>	<b>251,698.80</b>	<b>203,484.96</b>
Depreciación	204,714.4	204,714.4	204,714.4	204,714.4
Amortización	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>314,220.00</b>	<b>406,527.60</b>	<b>461,413.20</b>	<b>413,199.36</b>

Fuente: Elaboración propia

Otro elemento fundamental es la tasa de descuento refleja la oportunidad perdida de gastar o invertir en el presente por lo que también se le conoce como costo o tasa de oportunidad. Su operación consiste en aplicar en forma contraria el concepto de tasa compuesta. Es decir, si a futuro la tasa de interés compuesto capitaliza el monto de intereses de una inversión presente, la tasa de descuento revierte dicha operación. En otras palabras, esta tasa se encarga de descontar el monto capitalizado de intereses del total de ingresos percibidos en el futuro (Ramirez 2016).

La fórmula para calcular el Valor Presente Neto (VPN) es la siguiente:

$$VPN = -I^0 + [F_1 \div (1+k)_1] + [F_2 \div (1+k)_2] + [F_3 \div (1+k)_3] + [F_4 \div (1+k)_4] + \dots + [F^n \div (1+k)^n]$$

Con los siguientes criterios:

- Si el VPN es superior a 0: significa que se supera la rentabilidad mínima esperada, por lo tanto, el proyecto generará valor y es conveniente realizar la inversión.
- Si el VPN es menor que 0: la inversión en el proyecto no generará valor, al no superar la rentabilidad mínima esperada.

En la tabla 11 se puede apreciar el cálculo del VPN correspondiente al proyecto

**Tabla 11**

*Cálculo del Valor Presente Neto del proyecto*

<b>Año</b>	<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>Calculo a una tasa del 15%</b> $(F.N.E)/(1+i)^n$
0	-674,572.00	
1	314,220.00	$(314,220.00) / (1+0.15) = 273234.7826$
2	406527.60	$(406527.60) / (1 + 0.15)^2 = 307393.2703$
3	461413.20	$(461413.20) / (1 + 0.15)^3 = 303386.6689$
4	461414.20	$(461414.20) / (1 + 0.15)^4 = 263815.0664$
5	413199.36	$(413199.36) / (1 + 0.15)^5 = 205433.1088$
<b>VPN</b>	<b>678,690.90</b>	$-674,572.00 + 273234.7826 + 307393.2703 + 303386.6689 + 263815.0664 + 205433.1088$

En este caso el VPN es de 678,690.90 por lo que se puede decir que el proyecto es rentable.

Finalmente, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es aquella tasa de descuento que ocasiona que el VPN del proyecto sea igual a cero.

La formula para calcular la TIR es la siguiente:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

La TIR calculada para este proyecto es de: 49.802%, por lo tanto, se confirma una vez mas que el proyecto es rentable, pues la TIR (49.80%), es mayor a la tasa de descuento utilizada (15%).

## Capítulo IV. Conclusiones

La pandemia del Covid-19 ha causado grandes estragos en la economía nacional e internacional, tan solo el turismo mexicano perdió alrededor de 10 mil 668 mdd durante 2020, puesto que el proyecto de inversión planteado es esencialmente turismo de aventura, los pronósticos que se realizaron podrían no cumplirse este año, sin embargo y confiando en que la estrategia de vacunación tenga éxito, este puede ser implementado en el año 2022.

Existen fuertes razones que nos hacen pensar que en un futuro no muy lejano este proyecto podrá implementarse de manera exitosa:

En primer lugar, la estrategia de vacunación contra el Covid-19 contempla priorizar las zonas más marginadas del país, no se debe olvidar que Oaxaca es el estado de la república que cuenta con el mayor número de municipios y uno de los más pobres del país, por otra parte, la vacunación en Europa y Estados Unidos avanza rápidamente, por lo que se podría esperar que en poco tiempo una buena parte de los turistas se encuentren en condiciones de viajar.

En segundo lugar, el giro de negocio ha mostrado tendencias crecientes en 2 frentes: por un lado, el auge del turismo aventura y deportes extremos que ha tenido lugar en la última década y por otro la creciente importancia que el Estado de Oaxaca ha adquirido como destino para el turismo nacional e internacional.

Finalmente, algunos estudios muestran los efectos negativos que ha tenido el confinamiento sobre las personas (físicos y mentales), las cuales podrían buscar alternativas para liberar el estrés y ejercitarse de manera saludable después de que la crisis sanitaria termine.

En otro orden de ideas, las principales medidas financieras muestran que el proyecto es viable, y que la inversión se recuperaría en menos de 5 años brindando así la oportunidad de ampliar el negocio, ello dependerá en gran medida de nuestra estrategia de comercialización y publicidad y de nuestra capacidad de relacionarnos con la comunidad a fin de crear interrelaciones y sinergia económica, una gran ventaja es que no existe competencia directa y lo que es mejor, existen bienes y servicios complementarios orientados al ecoturismo que pueden ser de gran utilidad en la creación de algunos paquetes y reducción de costos.

Este proyecto a pesar de pertenecer a un nicho de mercado tradicional como lo es el turismo es en cierto modo innovador en la región y podría atraer a turistas que desearían contar con una experiencia distinta y motivadora, respaldada con nuestra política de calidad y guiada por los valores de la empresa en especial la excelencia y la equidad.

## Bibliografía

- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *La omt y la adventure travel trade association publican informe mundial sobre el turismo de aventura*. Obtenido de La Organización Mundial del Turismo: <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2014-11-04/la-omt-y-la-adventure-travel-trade-association-publican-informe-mundial-sob>
- Servicio de Administración Tributaria. (16 de Enero de 2021). *Orientación*. Obtenido de Servicio de Administración Tributaria: <https://www.sat.gob.mx/consulta/09788/emprendedor-conoce-los-regimenes-fiscales>
- Amazon. (s.f.). *MagiDeal Chaqueta Protector de Cuerpo Entero Confortable Carreras Motocross Motocicleta Ciclismo Esquí Deporte*. Obtenido de Amazon: [https://www.amazon.com.mx/MagiDeal-Protector-Confortable-Motocross-Motocicleta/dp/B077NRXMWT/ref=sr\\_1\\_23?\\_\\_mk\\_es\\_MX=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=chalecos+deportes+extremos&qid=1614754264&s=sports&sr=1-23](https://www.amazon.com.mx/MagiDeal-Protector-Confortable-Motocross-Motocicleta/dp/B077NRXMWT/ref=sr_1_23?__mk_es_MX=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=chalecos+deportes+extremos&qid=1614754264&s=sports&sr=1-23)
- Amazon. (s.f.). *QQX- Casco Completo Casco De Seguridad para Deportes Extremos Casco De Bicicleta para Adultos MTB Mountain Road Bicicleta Motocycle Casco Accesorios De Equitación*. Obtenido de Amazon: [https://www.amazon.com.mx/Completo-Seguridad-Bicicleta-Accesorios-Equitaci%C3%B3n/dp/B08CNDNGHG/ref=sr\\_1\\_1?\\_\\_mk\\_es\\_MX=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=cascos+deportes+extremos&qid=1614753239&s=sports&sr=1-1](https://www.amazon.com.mx/Completo-Seguridad-Bicicleta-Accesorios-Equitaci%C3%B3n/dp/B08CNDNGHG/ref=sr_1_1?__mk_es_MX=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=cascos+deportes+extremos&qid=1614753239&s=sports&sr=1-1)
- Amazon. (s.f.). *Sefulim - Monopatín completo para deportes extremos y al aire libre para principiantes y profesionales, diseño de calavera, 79 cm x 20 cm*. Obtenido de Amazon: [https://www.amazon.com.mx/Completo-monopat%C3%ADn-Herramientas-Patinaje-Principiantes/dp/B07HK7CZK6?ref\\_=Oct\\_s9\\_apbd\\_obs\\_hd\\_bw\\_bAgaOOR&pf\\_rd\\_r=W C5Y3Q6JKAJ6QVQYZC47&pf\\_rd\\_p=2eca07a1-3ed0-5b13-b272-2c3e5bf2ba71&pf\\_rd\\_s=merchandised-search-10&pf\\_rd\\_t=BROWSE&](https://www.amazon.com.mx/Completo-monopat%C3%ADn-Herramientas-Patinaje-Principiantes/dp/B07HK7CZK6?ref_=Oct_s9_apbd_obs_hd_bw_bAgaOOR&pf_rd_r=W C5Y3Q6JKAJ6QVQYZC47&pf_rd_p=2eca07a1-3ed0-5b13-b272-2c3e5bf2ba71&pf_rd_s=merchandised-search-10&pf_rd_t=BROWSE&)
- Amazon. (s.f.). *SLFC - Rodilleras y coderas profesionales, juego de 6 en 1 con protector de muñeca y correa ajustable, esponja gruesa antideslizante, para construcción, jardinería, ciclismo, patinaje*. Obtenido de Amazon: <https://www.amazon.com.mx/SLFC-Rodilleras->

- profesionales-antideslizante-  
 construccion/dp/B08BP5CDRF/ref=sr\_1\_4?\_\_mk\_es\_MX=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=rodilleras+y+coderas&qid=1614753474&s=sports&sr=1-4
- Amazon. (s.f.). *VWMYQ - Guantes de motocicleta para hombre con nudillos duros tácticos para Airsoft Pointball, guantes de dedo completo para ciclismo, escalada, camping, deportes al aire libre*. Obtenido de Amazon: [https://www.amazon.com.mx/VWMYQ-motocicleta-t%C3%A1cticos-nudillos-Pointball/dp/B08HL5KRQR/ref=sr\\_1\\_11?\\_\\_mk\\_es\\_MX=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=guantes+deportes+extremos&qid=1614753713&s=sports&sr=1-11](https://www.amazon.com.mx/VWMYQ-motocicleta-t%C3%A1cticos-nudillos-Pointball/dp/B08HL5KRQR/ref=sr_1_11?__mk_es_MX=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=guantes+deportes+extremos&qid=1614753713&s=sports&sr=1-11)
- Calderon, C., & Hernandez, L. (2016). *Cambio estructural y desindustrialización en México*. Panorama Económico.
- Canalis, X. (17 de Marzo de 2015). Turismo de aventura: crecimiento a la vista y tendencias. *Hosteltur*.
- Corponet, B. (18 de Febrero de 2015). *¿Qué es el estado de resultados y cuáles son sus objetivos?* Obtenido de Blog Corponet: <https://blog.corponet.com.mx/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>
- Costco. (s.f.). *Go Kart, Coleman KT196, 2 Personas*. Obtenido de Costco: <https://www.costco.com.mx/c/Go-Kart-Coleman-KT196-2-Personas/p/646114>
- Cuervo, A., & Rivero, P. (1986). El análisis económico-financiero de la empresa. *Revista española de financiación y contabilidad*, 15-33.
- elContribuyente. (26 de Octubre de 2018). *¿Qué régimen fiscal le conviene a mi negocio?* Obtenido de elContribuyente: <https://www.elcontribuyente.mx/2018/10/regimen-fiscal-negocio/>
- homedepot. (s.f.). *ovalín cerámico blanco de 41 cm con llave mezcladora monomando*. Obtenido de homedepot: <https://www.homedepot.com.mx/banos/muebles-para-bano-y-lavabos/lavabos-y-ovalines/ovalin-con-monomando-dica-140516>
- homedepot. (s.f.). *paquete sanitario redondo 4.8 l con lavabo y tanque*. Obtenido de homedepot: <https://www.homedepot.com.mx/banos/sanitarios-y-accesorios/paquetes-sanitarios/paquete-sanitario-futura-137272>

- <https://viajala.com.mx/>. (s.f.). *Guías y consejos para hacer tu viaje realidad*. Obtenido de <https://viajala.com.mx/>: <https://viajala.com.mx/blog>
- <https://www.lamudi.com.mx>. (s.f.). *Terreno en venta en cacalotepec, rio grande oaxaca*. Obtenido de <https://www.lamudi.com.mx>: <https://www.lamudi.com.mx/terreno-en-venta-en-cacalotepec-rio-grande-oaxaca.html>
- <https://www.oaxaca-mio.com/>. (s.f.). *San Isidro Llano Grande ( Región de la Sierra Norte)*. Obtenido de <https://www.oaxaca-mio.com/>: <https://www.oaxaca-mio.com/ecoturismo/sanisidro.htm>
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2008). *Branding B2B: Gestión de marcas para productos industriales*. En P. Kotler, & W. Pfoertsch, *Branding B2B: Gestión de marcas para productos industriales*. Grupo Editorial Patria.
- Nacional Financiera. (s.f.). *financiamiento empresarial*. Obtenido de Nacional Financiera: <https://www.nafin.com/portalnf/content/financiamiento/empresarial.html>
- Proyectar. (s.f.). *Motocicletas Kawasaki tipo motocross y enduro*. Obtenido de Proyectar: <https://www.proyectar.com.mx/kawasaki/motocross.php>
- Ramirez, C. (2016). *Análisis y comparación de proyectos de inversión mediante el método de valor actual neto*. *Universidad Técnica de Machala*.
- Secretaría de Turismo - Gobierno del Estado de Oaxaca. (s.f.). *Información y Estadística*. Obtenido de Secretaría de Turismo - Gobierno del Estado de Oaxaca: <https://www.oaxaca.gob.mx/sectur/informacion-de-interes/estadisticas/>