

# ÍNDICE

## Propuesta de Productos (Empresas) Turísticos Sustentables e Innovadores para la región del Valle del Mezquital

Resumen	}	Líderes de proyecto (Mtra. Daniela Ortega Meza Y Lic. Darío Ortiz Quijano)
Introducción		
Planteamiento del problema		
Justificación		
Alcance		
Objetivo general		
Objetivos específicos		
Glosario		
Siglas		

### **CAPITULO I CONSIDERACIONES DEL TURISMO ALTERNATIVO (Revisión en la fecha que indiquen los profesores responsables).**

- 1.1. Concepto de turismo alternativo y su clasificación de acuerdo a SECTUR
- 1.2 Destinos principales en México para el turismo alternativo
- 1.3 Parques ecoturísticos del estado de Hidalgo
  - 1.3.1 Antecedentes
  - 1.3.2 Actividades y productos turísticos
  - 1.3.3 Localización
- 1.4 Las empresas de turismo sustentable y alternativo
- 1.5 Concepto de empresa sustentable
- 1.6 Concepto de desarrollo turístico sustentable
- 1.7 Características de una empresa de turismo alternativo y sustentable
- 1.8 Aportación al desarrollo turístico sustentable del proyecto integrador de su equipo.

### **CAPÍTULO II SUSTENTABILIDAD EN LA EMPRESA TURÍSTICA (Revisión 10 de Julio del 2015, en el Aula de cada grupo, Mtra. Daniela Ortega Meza)**

- 2.1 Determinación de las actividades y productos sustentables
- 2.2 Código de actuación de la empresa
- 2.3 Código de conducta de la empresa
- 2.4 Definición de Buenas Prácticas Ambientales aplicadas en la empresa
- 2.5 Uso de tecnologías alternativas
- 2.6 Certificaciones ambientales de su empresa turística

### **CAPITULO III CAMPAÑA PUBLICITARÍA Y PROMOCIÓN DE VENTAS (Revisión 16 de Julio del 2015, sala de juntas a las 13:00 hrs. Mtra. Sarita Caballero, Lic. Angélica Daniel y Mtra. Guadalupe Pérez).**

- 3.1 Etapas del proceso creativo (campaña)
  - 3.1.1 Descripción del proceso creativo para generar la idea.
  - 3.1.2 Describir las técnicas de creatividad utilizadas para la generación de la campaña

- 3.2 Objetivo general de la campaña
- 3.3 Target o segmento de mercado
- 3.4 Slogan y logotipo (revisión)
- 3.5 Publicidad y promoción de ventas
  - 3.5.1 Presupuesto de acuerdo:
    - a) Ciclo de vida
    - b) Participación en el mercado
    - c) Competencia (análisis)
    - d) Frecuencia (para presupuestar)
    - e) Diferenciación de los atributos del producto (enfaticar)
  - 3.5.2 Decisiones en relación al mensaje
    - a. Tema de campaña
    - b. Creación del mensaje
    - c. Evaluación y selección del mensaje
    - d. Ejecución del mensaje (formato, tono)
    - e. Bocetos (imágenes)
  - 3.5.3 Selección de medios publicitarios (ejemplo: radio, revistas)
    - a. Justificación
    - b. Calendarización de medio
  - 3.5.4 Selección de medios de promoción de venta (Ejemplo: cupones, muestras, regalos)
    - a. Justificación
    - b. Calendarización de medio

**CAPITULO IV EQUIPOS DE ALTO RENDIMIENTO EN LA INTEGRACIÓN DE PROYECTOS (Revisión en la fecha que indiquen los profesores responsables).**

- 4.1 Definir las expectativas del equipo
- 4.2 Etapas de desarrollo del equipo
- 4.3 Nivel de madurez del equipo
- 4.4 Relaciones interpersonales del equipo
- 4.5 Tipo de comunicación utilizada
- 4.6 Estilo de liderazgo utilizado
- 4.7 Técnicas de manejo para equipos

**CAPITULO V RESULTADOS DEL PROYECTO**

- 5.1 Resultados de la capacitación
- 5.2 Resultados de la Prueba Piloto

**Conclusiones**  
**Recomendaciones**  
**Bibliografía en APA Sexta Edición**  
**Anexos**  
**Foto galería**

(Mtra. Daniela Ortega Meza y Lic. Darío E. Ortiz Qujano)