

Instituto Politécnico Nacional

Escuela Superior de Turismo

Sección de Estudios de Posgrado e Investigación

**Plan Estratégico para el desarrollo de un circuito ecoturístico en
Santiago Tulantepec Hidalgo.**

TESIS

**Que para obtener el Grado de Maestro en
Ciencias en Alta Dirección de Empresas Turísticas**

PRESENTA

L.A.E. Jorge Joel Ortiz Muñoz

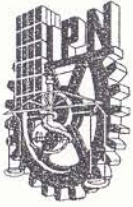
DIRECTOR(AS) DE TESIS:

M.A. María Magdalena Maldonado Avalos

M.C. Susana Pilar Susana Burgueño



México D.F. a Julio de 2008



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

ACTA DE REVISIÓN DE TESIS

En la Ciudad de México D.F. siendo las 11:00 horas del día 11 del mes de junio del 2008 se reunieron los miembros de la Comisión Revisora de Tesis designada por el Colegio de Profesores de Estudios de Posgrado e Investigación de La E.S.T. para examinar la tesis de titulada:

“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DE UN CIRCUITO ECOTURÍSTICO EN SANTIAGO TULANTEPEC HIDALGO”

Presentada por el alumno:

ORTÍZ

Apellido paterno

MUÑOZ

Apellido materno

JORGE JOEL

Nombre(s)

Con registro:

B	0	4	1	0	7	7
---	---	---	---	---	---	---

aspirante de:

Maestría en Ciencias en Alta Dirección de Empresas Turísticas

Después de intercambiar opiniones los miembros de la Comisión manifestaron **SU APROBACION DE LA TESIS**, en virtud de que satisface los requisitos señalados por las disposiciones reglamentarias vigentes.

LA COMISIÓN REVISORA

Director de tesis

M. EN A. MARÍA MAGDALENA MALDONADO ÁVALOS

Presidente

Secretario

M. en C. SUSANA PILAR SUSANA BURGUEÑO
Segundo Vocal

DR. NAPOLEÓN ROSARIO CONDE GAXIOLA
Tercer Vocal

M. EN A.O. LILIAN MARISA MÉNDEZ RAVINA

DRA. MARISOL ALCÉRRECA MOLINA

EL PRESIDENTE DEL COLEGIO

M. EN C. SUSANA PILAR SUSANA BURGUEÑO
S.E.P.
Instituto Politécnico Nacional,
Escuela Superior de Turismo,
Sección de Estudios de Posgrado
e Investigación



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

CARTA CESIÓN DE DERECHOS

En la Ciudad de México el día 24 del mes Junio del año 2008, el (la) que suscribe Jorge Joel Ortiz Muñoz, alumno (a) del Programa de Maestría en Ciencias con Especialidad en Alta Dirección de Empresas Turísticas, con número de registro B041077, adscrito a la Escuela Superior de Turismo, manifiesta que es autor (a) intelectual del presente trabajo de Tesis bajo la dirección de la M.A. María Magdalena Maldonado Avalos y M.C. Susana Pilar Susana Burgueño, y cede los derechos del trabajo intitulado Plan Estratégico para el desarrollo de un circuito ecoturístico en Santiago Tulantepec, al Instituto Politécnico Nacional para su difusión, con fines académicos y de investigación.

Los usuarios de la información no deben reproducir el contenido textual, gráficas o datos del trabajo sin el permiso expreso del autor y/o director del trabajo. Este puede ser obtenido escribiendo a la siguiente dirección jorge271078@hotmail.com. y magdalenamaldonado2004@yahoo.com.mx Si el permiso se otorga, el usuario deberá dar el agradecimiento correspondiente y citar la fuente del mismo.

L. A.E. Jorge Joel Ortiz Muñoz

Mtra. María Magdalena Maldonado Avalos

Mtra. Susana Pilar Susana Burgueño

Dedicatoria

Este trabajo va dedicado especialmente con toda mi admiración, gratitud, amor y respeto a mi padre Joel Ortiz Bustos:

“Por dedicarme tu amor, cariño, esfuerzo y sacrificio, para que pudiera concretar este sueño”.

A mis padres (abuelos) Beto y Gunda:

“Por su enorme cariño, paciencia y por los valores formados en mi, que me forjaron a ser quien soy”.

A mis hermanos Jorge, Berenice y Vladimir:

“Por su fraternalidad, cariño y bendiciones”.

A mi hermanita Nayeli:

“Porque en el futuro te sientas orgullosa de mí, esperando ser tu guía a lo largo de tu vida”

A mi Angelito de la Guarda “Alitzel:”

“Por ser la guía y luz de la esperanza que día a día, me da la vida”.

A Chepis:

“Por su paciencia, cariño y apoyo”.

A ti Pequeña:

“Por el estímulo, ternura y amor que me has brindado”.

A mi tía Pina:

“Por su cariño y apoyo”.

A la familia León Vera:

“Por su hospitalidad y cariño durante este proceso”.

A las familias Ortiz Bustos y Vera Bustos;
y a mis amigos:

“Por estar conmigo en todo momento”.

Agradecimientos:

A Dios:

“Por permitirme lograr este sueño y darme las fuerzas necesarias para salir adelante”.

A la Mtra. María Magdalena Maldonado Avalos:

“Por su enorme paciencia, entrega y entusiasmo en la dirección y guía, sin su impulso, el presente trabajo no hubiera sido terminado en tiempo y forma”.

A la Mtra. Susana Pilar Susana Burgueño:

“Por su total apoyo y concretización sustancial en el presente trabajo”.

A mis revisores:

Dra. Larisa Alcerrica Molina,
Mtra. Lilian Marisa Méndez Ravina y
Dr. Napoleón Rosario Gaxiola Conde:

“Por sus consejos y orientaciones que enriquecieron el presente trabajo”.

Al Instituto Politécnico Nacional y la Escuela Superior de Turismo:

Gracias por brindarme las herramientas y conocimientos necesarios para poder desempeñarme como todo un profesional y cumplir con los principios de mi institución “La Técnica al Servicio de la Patria”.

Índice General

Pág.

Dedicatorias y Agradecimientos.....	3
Índice de Mapas, Cuadros, Tablas, Esquemas, Gráficos, y Anexos.....	7
Resumen.....	9
Abstract.....	11
Introducción.....	13
Planteamiento del Problema.....	15
Objetivos de la Investigación.....	17
Justificación.....	18
Materiales y Métodos.....	20
Capítulo I.- Marco Teórico.	
1.1 La importancia de la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico.....	27
1.2 La importancia del Desarrollo Sustentable en el planteamiento del.....	29
circuitos ecoturísticos	
Los Agentes Sociales que participan en el desarrollo local del turismo.....	33
1.3.1 El municipio y su rol en el turismo.....	36
1.3.2 La participación de la comunidad.....	39
1.3.3 El sector empresarial.....	42
1.4 La delimitación del espacio para el desarrollo del circuito ecoturístico.....	43
1.5 Los senderos interpretativos guías fundamentales dentro del circuito.....	45
ecoturístico	
1.5.1 Consideraciones jurídicas para el diseño de senderos interpretativos....	46
en circuitos ecoturísticos	
1.6 El análisis del sistema turístico para el diagnóstico estratégico del	47
circuitos ecoturísticos.	
1.6.1 Planta turística.....	48
1.6.2 Atractivos turísticos.....	50
1.6.3 Infraestructura.....	52

1.6.4 Superestructura	54
1.7 Las actividades turísticas potenciales dentro del circuito ecoturístico.....	55
1.8 El circuito ecoturístico como producto turístico.....	58

Capítulo II.- Marco Histórico.

2.1 El entorno mundial y nacional del turismo como actividad económica.....	62
2.2 El ecoturismo en México.....	66
2.3 Perfil y motivos del ecoturista en México.....	69
2.4 El turismo en el estado de Hidalgo.....	71

Capítulo III.- Diagnóstico Estratégico

3.1 Descripción del sitio.....	75
3.2 Diagnóstico preliminar del sitio.....	79
3.2.1 Recursos naturales y culturales.....	79
3.2.2. Planta turística.....	93
3.2.3 Infraestructura.....	100
3.2.4 Superestructura.....	103
3.2.5 Demanda turística.....	104
3.2.6 Promoción turística.....	105
3.3 Evaluación del potencial turístico.....	106
3.3.1 Oferta turística.....	107
3.3.1.1 Recursos naturales y culturales.....	107
3.3.1.2 Equipamiento y servicios turísticos.....	107
3.3.1.3 Instalaciones y servicios turísticos.....	108
3.3.1.4 Infraestructura general y servicios.....	108
3.3.2 Mercado Turístico.....	110
3.3.2.1 Afluencia turística, estadía y gasto promedio.....	110
3.3.2.2 Publicidad y comercialización.....	110
3.3.3 Mapa de potencialidad turística de la región de estudio.....	112
3.3.3.1 Potencialidades turísticas del municipio de Santiago.....	115

3.4 Análisis FODA.....	116
3.4.1 Identificación de fortalezas y debilidades.....	116
3.4.2 Jerarquización de fortalezas y debilidades.....	121
3.4.3 Identificación de oportunidades y amenazas.....	122

Capítulo IV.- Plan Estratégico

4.1 Conformación del producto turístico.....	127
4.1.1 Definición de la Visión turística del circuito ecoturístico.....	127
4.1.2 Descripción del circuito ecoturístico.....	128
4.2 Estrategias, programas y acciones del plan.....	131
4.2.1 Objetivo general.....	131
4.2.1.1 Objetivos específicos.....	131
4.2.2 Estrategia general.....	132
4.2.3 Estrategias específicas.....	133
4.2.3.1 Estrategia de Infraestructura	135
4.2.3.2 Estrategia de desarrollo de la planta Turística.....	142
4.2.3.3 Estrategia de Capacitación.....	159
4.2.3.4 Estrategia de Organización y Gestión del circuito ecoturístico....	152
4.2.3.5 Estrategia de Recursos Turísticos.....	160
Conclusiones y Recomendaciones.....	167
Glosario.....	173
Bibliografía.....	177
Anexos.....	180

Índice de Mapas, Cuadros, Tablas, Esquemas, Gráficos, y Anexos

	Pág.
Mapa 3.1 Municipio de Santiago Tulantepec.....	75
Mapa 3.2 Circuito ecoturístico.....	130
Cuadro 1.1 Etapas plan de desarrollo turístico.....	28
Cuadro 1.2 Ubicación de los grupos de interés con relación al turismo.....	35
Cuadro 1.3 Tipología de involucramiento comunitario en el turismo.....	41
Cuadro 1.4 Clasificación de los elementos del equipamiento turístico.....	48
Cuadro 1.5 Clasificación de las instalaciones turísticas.....	49
Cuadro 1.6 Clasificación de los recursos turísticos naturales y culturales.....	51
Cuadro 1.7 Clasificación de la infraestructura general y turística.....	53
Cuadro 3.6 Planta hotelera.....	94
Cuadro 3.7 Planta restaurantera.....	96
Cuadro 3.8 Planta transportación turística.....	98
Cuadro 3.9 Planta agencias de viajes.....	98
Cuadro 3.10 Planta discotecas y bares.....	99
Cuadro 4.1 Estrategia de Infraestructura.....	137
Cuadro 4.2 Estrategia de desarrollo de la Planta Turística.....	144
Cuadro 4.3 Estrategia de Capacitación.....	150
Cuadro 4.4 Estrategia de Organización y Gestión del circuito ecoturístico.....	154
Cuadro 4.5 Estrategia de Recursos Turísticos.....	161
Tabla 2.1 Llegada de turistas 2005.....	65
Tabla 2.2 Ingreso por divisas por gasto de visitantes internacionales 2005.....	65
Tabla 2.3 Visitantes y derrama económica del turismo en Hidalgo (2005-2007).....	71
Tabla 2.4 Convenio de Coordinación y reasignación de recursos en Hidalgo.....	73
e impuesto del 2% al hospedaje	
Tabla 3.1 Tipos de atractivos.....	92
Tabla 3.2 Sitios naturales.....	92
Tabla 3.3 Sitios naturales histórico monumentales.....	92

Tabla 3.4 Recursos culturales.....	92
Tabla 3.5 Nombre de los atractivos.....	93
Esquema 1.1 Agentes Sociales en la planificación del turismo.....	34
Esquema 2 .1 Convenio apoyos Consejo de Promoción Turística de México.....	73
Esquema 3.1 Oportunidades y Amenazas.....	123
Esquema 4.1 Conformación del circuito ecoturístico.....	134
Gráfico 2.1 Número de llegadas e Ingresos por turismo en el mundo.....	62
Gráfico 3.1 Oferta turística.....	109
Gráfico 3.2 Demanda turística.....	111
Gráfico 3.3 Mapa de potencialidad turística.....	112
Gráfico 3.4 Áreas de mayor debilidad en el sitio de estudio.....	121
Anexo 1 Inventario turístico.....	181
Anexo 2 Criterios de evaluación.....	194
Anexo 3 Cuestionarios evaluación del potencial turístico.....	196
Anexo 4 Cuestionarios fortalezas y debilidades.....	204
Anexo 5 Cuestionarios oportunidades y amenazas.....	212

Resumen

Después de la segunda guerra mundial, el turismo, se convirtió en una actividad importante en el mundo, primero como un turismo de elite en la década de los cincuenta, después en las décadas de los sesentas hasta los ochentas se transformo en un turismo de masas, y posteriormente en los noventas, se ha desarrollado en un turismo segmentado debido a la demanda de nuevas actividades para disfrutar del tiempo libre (SECTUR, s.f. pág. 23) el turismo se ha especializado y una de estas es el turismo alternativo, dentro del cual se puede encontrar al ecoturismo, turismo de aventura y el turismo rural, siendo el ecoturismo el que cuenta con características especiales, como el respeto, fomento y preservación de los recursos naturales y culturales de las comunidades, esto a través de las diferentes actividades que se realizan de manera sustentable, basados en una planeación y gestión eficiente por parte de los diversos agentes sociales que participan en el turismo.

El propósito básico y utilidad del presente trabajo es orientar la gestión para el desarrollo de un producto turístico en el municipio de Santiago Tulantepec, a través de un plan estratégico para el desarrollo de un circuito ecoturístico que guíe al municipio, al sector empresarial y a la comunidad para su gestión, dicho planteamiento esta basado en una adaptación de la metodología para la identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios de la Secretaría de Turismo Federal.

En el capítulo I, se revisa la importancia de diseñar un plan estratégico en un entorno de desarrollo sustentable, quiénes y qué funciones tienen en su desarrollo, gestión y evaluación, así como la delimitación del espacio turístico, los elementos que conforman el análisis de la oferta turística para definir la potencialidad del municipio para desarrollar la actividad turística, las diversas actividades que de acuerdo al inventario turístico levantado se pueden llevar a cabo.

En el capítulo II, se hace una referencia histórica del crecimiento y tendencias del turismo a nivel mundial y en México hasta el 2005, así como una prospectiva sobre el panorama hacia el 2020, se enfatiza en el desarrollo y potencialidad del ecoturismo en el país, gracias a la biodiversidad con la que cuenta, se presenta el perfil del ecoturista nacional e internacional en el país, así como las condiciones actuales del turismo en el estado de Hidalgo, que permitan ubicar al municipio dentro del contexto turístico de la entidad.

En el capítulo III, se realiza una descripción del sitio, así como un diagnóstico estratégico, describiendo su entorno actual, con el cual se procede a realizar una evaluación para definir su potencial turístico, posteriormente se procedió a desarrollar el análisis de las fortalezas y debilidades respecto a la planta turística, recursos humanos, financiamiento, producto turístico, desarrollo y crecimiento económico, así como de las oportunidades y amenazas sobre las siguientes áreas: económicas, mercado, políticas, ecológicas y socioculturales, que pueden impactar en el desarrollo del circuito ecoturístico.

En el capítulo IV, se describe el producto turístico (circuito ecoturístico), la visión turística a lograr por parte de los agentes sociales, las estrategias, los programas y líneas de acción definidos en propuestas a desarrollar con sus respectivos objetivos, descripción, beneficiarios, financiamiento, gestión, ejecución y evaluación, en las siguientes áreas: infraestructura, planta turística, capacitación y sensibilización turística, recursos turísticos, gestión y organización.

En consecuencia, la investigación plantea desde una perspectiva teórica la necesidad de reflexionar sobre el fenómeno ecoturístico para la planeación eficiente del producto turístico por parte de los agentes sociales del municipio, mientras que desde la perspectiva práctica se orienta hacia la gestión y evaluación del circuito ecoturístico como posible estrategia para el desarrollo socioeconómico de las comunidades del municipio involucradas.

ABSTRACT

After the Second World War, tourism has become an important world activity, first as a massive tourism, and later with a constant evolution based in the new tendencies, decade after decade. Now the tourism is very specialized, caused by the demand of new activities to enjoy the free time. One kind of tourism is alternative tourism, which includes ecotourism, adventure and rural tourism. These kinds of tourism have in common the respect and preservation of the natural and cultural resources of the communities, doing different activities that are performed in a sustainable manner. This can be possible if it is supported by planning and an efficient management of all the social participants in tourism activity.

The main goal and principal benefit of this work is to guide the management for develop a tourism product in the municipality de Santiago Tulantepec. A strategic plan was made for create an ecotouristic circuit that will help and improve the benefits for the municipality, business people, and community. The plan was made with an adaptation of the methodology for Identifying the potential tourist regions and municipalities, of the Federal Minister of Tourism in México.

Chapter I present the importance of design a strategic plan, who are the participants and their activities have in the development, management and evaluation. Also define the limits of the tourist area, the components of the tourist offer in order to define the municipal potential to develop tourism, according with the activities that can be done depending of the resources found in the inventory. Finally, a description of the meaning of sustainability is presented, that must be included in the strategic plan.

In chapter II, it can be found an historic reference, the increment and tendencies of world and Mexico tourism in recent years, as well as a prospective to the year 2020. It shows the development and potential of ecotourism in México, caused by the great variety of its biodiversity. It is expected that would be used in a sustainability way. It is presented the national e international profile for ecotourist in México; the actual conditions of tourism in the state of Hidalgo.

Chapter III has the strategic diagnostic of actual conditions in the studied region; including the description and evaluation of the area in order to define the potential to be tourist; also an analysis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities and threats) was made of the tourist components.

Chapter IV describes the tourist product, the tourist circuit; the tourist vision to get by the participant social agents, the strategies including programs and actions by projects with all the necessary components that helps to be developed.

This work has the intention to consider the necessity of think about ecotourism as a way to make a better planning for all the participants in tourism. In a practical way, the management and evaluation of a new ecotouristic circuit as an strategy to develop the communities of the municipality.

Introducción

El desarrollo turístico mundial es cada año más importante, se estima que las llegadas de turistas internacionales para el año 2020 superarán los 1,560 millones, con ingresos de cerca de dos billones de dólares, con una tasa anual media de crecimiento del 4.1% en el número de llegadas y un 6,7% en los ingresos (CESTUR, 2000). El turismo genera a los países receptores tanto beneficios como efectos negativos y desigualdades a nivel social, económico y ambiental, el turismo no debería estar reñido con el medio ambiente, por lo que siempre se debe anteponer a cada proyecto el estudio y análisis de los aspectos de impacto ambiental, social y económico en esas áreas, para evitar que se den problemas ambientales, socioculturales y económicos de gran magnitud.

La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN 1997) define al ecoturismo como aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin perturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.

México cuenta con importantes ventajas comparativas en el rubro ecoturístico, así lo indica la extraordinaria diversidad biológica, la gran variedad de ecosistemas y la vastísima riqueza arqueológica con que cuenta (Ceballos 1994), es necesario y prioritario por lo tanto, propiciar la consolidación de esta sana modalidad del turismo, considerando sustancialmente los beneficios que puede aportar al desarrollo económico, con especial énfasis a determinadas regiones marginadas, como en su gran mayoría son las comunidades rurales del país.

El crecimiento del ecoturismo, propone propiciar su consolidación en destinos turísticos disponibles para un importante sector de turistas con nuevas tendencias como el contacto con la naturaleza y la aventura de convivir de manera sustentable con ella; algunas localidades poco frecuentadas comienzan a cobrar mayor importancia, por lo que se manifiesta la necesidad de establecer una buena planeación sobre el uso de sus recursos naturales y culturales que permitan mejorar la calidad de vida de las poblaciones locales y del desarrollo social tanto de sus habitantes como de quienes las visitan.

Por lo tanto, para que exista un verdadero crecimiento, y este no afecte en el mediano y largo plazo, el presente documento establece las acciones, que el municipio de Santiago Tulantepec, su comunidad y el sector empresarial, deberán coordinar y gestionar para enfrentarse a las dificultades y adaptarse eficaz y eficientemente a nuevas oportunidades generadas por el desarrollo del circuito ecoturístico.

Planteamiento del Problema

El turismo ha demostrado ser una actividad en constante crecimiento, que puede generar beneficios, pero también puede propiciar efectos negativos si no se manifiesta un correcto manejo de las actividades, por lo tanto es indispensable que los gobiernos en sus tres niveles, federal, estatal y municipal prevengan sus causas mediante planes estratégicos que permitan determinar los mecanismos y acciones necesarios para el desarrollo del sector turístico (Bouillon 2003). A nivel federal se cuenta con un programa nacional de turismo, que define los ejes estratégicos a seguir, mientras que a nivel estatal, en el caso de este estudio, corresponde al gobierno del estado de Hidalgo, instrumentar acciones que promuevan y fomenten sustentablemente el turismo para el crecimiento y desarrollo económico de sus municipios.

Es sin embargo el nivel municipal, el que carece de planes estratégicos para afrontar las consecuencias positivas (crecimiento de la actividad económica local, valoración de los recursos locales; etc.) o las negativas (deterioro del medio ambiente, inseguridad, contaminación; etc.) del turismo, por lo tanto los municipios, que deseen desarrollar el turismo como sector productivo que contribuya al desarrollo local y por ende al mejoramiento de la calidad de vida de los residentes, deben diseñar y crear instrumentos de planificación turística, que permitan optimizar los recursos y esfuerzos, para una maximización de los efectos positivos y una minimización de los efectos negativos, propios de la actividad turística.

Por otra parte la infraestructura ferroviaria del país, en su mayoría se encuentra en desuso, en algunos lugares han iniciado el desmantelamiento de las vías, dejando a su paso el espacio para utilizarlo en el desarrollo de proyectos alternativos que tengan la finalidad de promover el desarrollo económico, de las localidades y municipios por los cuales anteriormente atravesaba el ferrocarril. España, país a la vanguardia en desarrollos turísticos, ha empleado esa infraestructura para implantar proyectos ecoturísticos, de aventura y culturales creando circuitos ecoturísticos y

senderos interpretativos para la practica de diversas actividades alternativas, vinculadas a las características naturales y culturales de cada región (Fundacion Española Vías Verdes, 2005).

En el municipio de Santiago Tulantepec, en el estado de Hidalgo, se cuenta con importantes recursos naturales, y culturales, que aun no han sido reconocidos como potencialmente turísticos, tanto por sus autoridades locales, estatales y federales. De ahí la importancia de elaborar un diagnóstico estratégico para establecer un circuito ecoturístico en las comunidades de Las Lajas, Los Romeros, Paxtepec, Altepemila, Tilhuacán y Ventoquipa, el cual servirá como instrumento para diagnosticar las potencialidades y limitaciones que existen, y que a través de un análisis, se proceda a la elaboración de programas estratégicos y de acción para su ejecución, en caso de factibilidad para su desarrollo.

Por lo cual el presente trabajo plantea a través del análisis y evaluación de criterios, desarrollar un circuito ecoturístico, ya que en dicho trayecto se cuenta con diversos recursos, los cuales pueden ser determinados como atractivos turísticos, y que sin lugar a duda pueden mostrar un gran potencial.

Objetivos de la Investigación

General

Elaborar un plan estratégico para el desarrollo de un circuito ecoturístico en el Municipio de Santiago Tulantepec, a través de un diagnóstico integral, que permita orientar al sector público y privado municipal, regional y estatal.

Específicos

- Identificar los recursos naturales y culturales del área de estudio que puedan ser considerados atractivos turísticos, así como su potencial y vocación turística.
- Reconocer la oferta turística del municipio, que satisfaga los requerimientos para la práctica del ecoturismo y turismo de aventura en el área.
- Analizar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades para el desarrollo del circuito turístico.
- Formular acciones estratégicas a corto, mediano y largo plazo a través de diversos programas para determinar la visión turística del área del municipio.

Justificación

La razón principal por la que se decidió realizar esta investigación en el municipio de Santiago Tulantepec Hidalgo, es porque a través de la formación obtenida en la Maestría en Ciencias en Alta Dirección de Empresas Turísticas, se identificó posibles potencialidades en este municipio respecto al turismo alternativo tal es el caso del ecoturismo y turismo de aventura.

Reconociendo al turismo como una actividad que contribuye al bienestar socioeconómico de las comunidades, al crear puestos de trabajo y generar ingresos para las empresas locales, además de ser un medio educativo y cultural que lleva a los visitantes y comunidad local a familiarizarse y valorar su historia y recursos, inspirando orgullo local, arraigo, e interés entre locales y visitantes para preservarlos.

Se planteó por lo tanto, en base a la observación de los recursos del municipio la posibilidad de desarrollar un circuito ecoturístico en algunas de sus comunidades, ya que existen diversas razones por las cuales se considera al ecoturismo como un medio para el desarrollo económico sustentable de las comunidades, entre ellas:

- El turismo convencional a veces aparece como una fuente de presiones para la biodiversidad de las zonas naturales. En este caso, se puede considerar al ecoturismo como una estrategia apropiada para abordar las amenazas a los objetivos de la conservación.
- El ecoturismo puede brindar beneficios económicos para las comunidades, siempre y cuando se implementen del modo adecuado, por lo tanto, el circuito ecoturístico podrá ser una fuerza importante para mejorar las relaciones entre las comunidades involucradas en el proyecto y la administración de las zonas ejidales.

- El producto turístico planteado en el presente documento puede proporcionar una opción mejor para las comunidades que otras actividades económicas en competencia, los recursos naturales están amenazados y necesitan ser protegidos para su preservación; el circuito ecoturístico puede ayudar a protegerlas de las amenazas y usos no sustentables de la tierra, entre ellos prevenir la implementación de la tala de árboles en el área, generando mejores ingresos con la práctica del ecoturismo.
- Implementando el circuito ecoturístico, en las comunidades se demostrará que el turismo no es masivo y destructor, dado que el desarrollo sustentable habrá de funcionar eficientemente.

Para que en el municipio, se pueda desarrollar el circuito ecoturístico, es necesario diseñar un plan que permita plantearlo de forma ordenada y equilibrada para lograr los beneficios al máximo, logrando coordinar a los diversos agentes sociales, haciendo a cada uno participe y beneficiando el crecimiento sustentable de la actividad turística dentro de la zona de estudio.

Materiales y métodos

El tipo de estudio realizado es exploratorio, su objeto es esencial para la familiarización del tema entre los agentes sociales del municipio, por lo tanto servirá de base para el desarrollo operativo de las líneas de acción en proyectos con estudios más profundos.

El diseño de la investigación es, no experimental transeccional descriptivo, no experimental por que se observan los fenómenos tal y como se dan en su entorno natural y transeccional descriptivo por que presenta un panorama del estado de una o más variables en uno o mas grupos de personas, objetos, o indicadores en determinado momento (Hernández Sampieri, 2004).

En la metodología se procedió a realizar una evaluación del potencial turístico para el desarrollo del circuito ecoturístico, estableciendo el proceso a seguir y las herramientas técnicas de medición del potencial turístico, tomados de el Fascículo VIII, de la serie de documentos técnicos de competitividad (SECTUR 2001). El diseño del plan estratégico para el desarrollo del circuito ecoturístico como producto turístico, en su interacción con el mercado actual de la región, incluye un análisis cuantitativo del potencial turístico, a través de la aplicación de un cuestionario, adaptado al caso de estudio.

El trabajo está compuesto en dos partes: en la fase uno, se valida la existencia del potencial turístico, fundamentado en las condiciones de la zona de estudio, para desarrollar el circuito ecoturístico con la posibilidad de satisfacer la demanda potencial de los turistas, mientras que en la fase dos se establecieron los pasos a seguir dentro de un proceso de planeación, para definir la visión estratégica y las líneas de acciones que conformaran el plan estratégico.

Por lo tanto en la fase I, el primer paso que se desarrollo fue la descripción de la región, ubicando geográficamente el sitio de estudio, los tipos de ecosistemas y clima

prevaleciente, también se consideraron las condiciones socioeconómicas a través de variables como: educación, vivienda, servicios básicos, infraestructura, etc.

Como segundo paso, se realizó el diagnóstico, en el cual se presenta la situación actual de la oferta y demanda turística (SECTUR 2001). El estudio de la oferta incluyó los recursos naturales y culturales, equipamiento, instalaciones e infraestructura, para cada componente se identificaron las principales limitaciones, la calidad que actualmente tiene cada componente, su distribución y disponibilidad en el municipio y la región, y las dificultades que enfrentan para integrar un producto turístico.

El análisis de la demanda turística en la región, considero las características de la afluencia a través del perfil del visitante que muestra su origen, motivo de viaje, medios de transporte, gustos y preferencias, estadía y gasto promedio; así como los mecanismos empleados para dar a conocer en el mercado, los productos turísticos del municipio, y por ultimo se procedió a analizar las acciones de los organismos locales para comercializar y promover el sitio.

El tercer paso, corresponde a la evaluación del potencial turístico (SECTUR 2001) el cual se fundamenta cuantitativamente, por lo que se utilizaron cuatro instrumentos:¹

- El primero es un cuestionario que permite, en forma práctica y ordenada, recopilar la información del sitio a evaluar;
- El segundo lo conforman los criterios de evaluación que fundamentan la calificación de la disponibilidad o carencia de los elementos de oferta y demanda;
- El tercero es un sistema de medición cuantitativa que se deriva de la calificación que se le da a cada concepto del cuestionario, y;

¹ Ver Anexo 2 Criterios de evaluación y Anexo 3 Cuestionario evaluación del potencial turístico.

- El cuarto es un mapa conceptual que permite visualizar las potencialidades turísticas del municipio, lo cual da un marco de referencia estandarizado en un mapa cartesiano que representa los resultados de la valoración de la oferta y de la demanda.

En la fase II, como primer paso, se desarrollaron cuatro actividades: la primera fue describir el sitio, la segunda actividad consistió en llevar a cabo un diagnóstico del sitio, en la tercera se procedió a la evaluación del potencial del municipio como destino turístico, y por último se determinó las actividades turísticas potenciales a desarrollar. En las segunda y tercer actividad se identifican y evalúan los cuatro componentes de un producto turístico (atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y supraestructura) y también se incorporó las tendencias del mercado; y finalmente con la cuarta se determina la vocación turística de la región o municipio.

El resultado de las actividades de esta fase establece un condicionamiento para decidir la continuación en el diseño de una política de desarrollo del circuito ecoturístico en el municipio.

En consecuencia, como segundo paso, se desarrollaron cuatro etapas de planeación: iniciando con el análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), para continuar con la integración del producto turístico; la siguiente etapa es la determinación de la visión turística de la región, que sirvió de guía estratégica para el diseño de las estrategias y líneas de acción como última etapa.

Se consideró como marco de referencia al ámbito geográfico delimitado por el municipio de Santiago Tulantepec respecto a los recursos turísticos y al municipio de Tulancingo de Bravo en cuanto a la planta turística, dado que en el primer municipio no se cuenta con esta, por lo cual se decidió complementar el estudio con el segundo municipio dado la cercanía entre ambos que es de cinco kilómetros.

De esta forma, los factores internos, fortalezas y debilidades (FD) describen la situación que caracteriza el desarrollo de la actividad turística al interior de los dos municipios, tomando en cuenta los diversos componentes de su oferta como son: recursos, equipamiento, infraestructura, instalaciones y superestructura, todos ellos expresados en el producto turístico, análogamente, las oportunidades y amenazas son interpretadas como aquellos eventos que se generan en el exterior del municipio, o la región, pero que alteran su evolución y desarrollo turístico, en este último caso, se considera que los gestores del turismo municipal, carecen de elementos y acciones para modificar los eventos externos (oportunidades y amenazas), sin embargo, mediante la identificación de los factores externos tendrán la capacidad para adaptarse a los cambios, dicha adaptación tiene como propósito aprovechar cualquier oportunidad que surja, o bien, reducir la vulnerabilidad y el riesgo ante una amenaza.

Por las diferencias entre los componentes internos y externos del análisis FODA, se aplicaron métodos distintos para la identificación y evaluación de su impacto sobre la actividad turística local, por ello, se revisó primeramente el componente interno (FD) y posteriormente el componente externo (OA).

Para el caso específico de los aspectos internos, se aplicaron cuestionarios en las seis áreas siguientes: planta turística, producto turístico, recursos humanos, planeación turística municipal, financiamiento a la actividad turística, desarrollo y crecimiento económico del municipio. La lista,² incluye las condiciones fundamentales para que se pueda llevar a cabo la identificación de fortalezas y debilidades de los municipios considerados en el estudio.

Los cuestionarios fueron aplicados en reunión celebrada con los encargados de la oficina municipal de turismo, desarrollo económico y representantes de la Asociación

² Ver Anexo 4 Cuestionario de Fortalezas y Debilidades

de Hoteles y Moteles de Hidalgo, Delegación Tulancingo y Canirac Delegación Tulancingo.

En este sentido se establecieron en los cuestionarios los criterios a analizar para la identificación de las fortalezas y debilidades del sector turismo para medir su importancia e impacto. Después de que se evaluaron todos los aspectos incluidos en cada una de las seis áreas de interés, se procedió a obtener las calificaciones parciales y totales de cada hoja de evaluación, dicha evaluación se efectúa de la misma manera en que se asignó valores en la evaluación del potencial turístico, la calificación absoluta se obtiene de la suma de los criterios por cada área de interés, mientras tanto la calificación relativa se obtiene de dividir la calificación absoluta entre el número de criterios calificados, multiplicado por dos.

Esta calificación permite obtener los resultados en porcentajes y determinar el orden y/o jerarquía de las áreas y aspectos a mejorar a través de acciones y proyectos, evidentemente, las áreas con menor calificación relativa requieren una mayor atención en el diseño de las estrategias planteadas.

Partiendo del marco de referencia, en donde el municipio o región, constituye la unidad básica del análisis, una oportunidad o amenaza podrá originarse por circunstancias ocurridas en la región, estado o país, así como por eventos sucedidos al exterior del país. En concreto, se detectaron las oportunidades y amenazas para el desarrollo turístico del municipio en estudio, para ello se tomó en cuenta tanto el entorno nacional como el internacional,³ analizándolo en la reunión ya mencionada.

Es importante resaltar que la identificación de oportunidades y amenazas que se presentan proporcionarán una guía para el desarrollo del plan estratégico.

³ Ver Anexo 5 Cuestionario de Oportunidades y Amenazas.

Es preciso mencionar que en los factores enunciados en las cinco hojas de identificación, se tomó en cuenta, que:

- Una respuesta negativa en las oportunidades puede representar una posible amenaza
- Una respuesta negativa en las amenazas puede representar una posible oportunidad
- Una respuesta afirmativa en ambos casos, significa una oportunidad o amenaza, respectivamente.

Una vez definido el análisis FODA, se procedió a materializar las acciones pertinentes a través de la conformación del producto turístico. El circuito ecoturístico como producto turístico se integró por la interacción de sus cuatro componentes; recursos naturales o culturales, equipamiento, instalaciones e infraestructura que incorpora tanto la parte como la parte intangible y; las actividades potenciales que puede realizar un visitante en una región o municipio mediante la gestión y organización de los agentes sociales involucrados en el proyecto.

Dependiendo de los recursos naturales o culturales se definieron las actividades potenciales que este demandando el segmento de mercado turístico al cual se dirigirá el producto turístico, y con base en dichas actividades se establecieron las instalaciones, equipamiento e infraestructura específica que se requerirá para su funcionamiento. El diagnóstico de potencialidades turísticas del municipio fue la base para definir las actividades que se pueden ofrecer a los visitantes y las características requeridas por la oferta para así lograr la integración del producto turístico. Por lo tanto se toma el proceso anterior para describir el circuito ecoturístico y sus posibles alternativas en recorridos.

Posteriormente se procedió a la formulación de la visión estratégica, la cual consistió en identificar: ¿Qué metas se desea alcanzar a largo plazo?, ¿Cuál es el mercado

objetivo?, ¿Cuál es (son) el (los) producto (s) base del desarrollo turístico del municipio?, ¿Qué ventajas competitivas sustentan su modelo de turismo? y ¿Cómo se pretende alcanzar la meta?

La última parte del documento tiene como objetivo explicar la integración final del plan estratégico. En ese plan se integran los resultados obtenidos de la evaluación del potencial turístico y del análisis FODA, con las cuales se define con precisión el rumbo a seguir para alcanzar las metas de competitividad del sector. En este sentido es importante recalcar la relación inherente que existe entre las estrategias, los programas y las acciones, y que en conjunto se orientan a lograr el cumplimiento de la visión estratégica que se haya definido para el sector turístico del circuito ecoturístico.

Se agruparon las estrategias de acuerdo con grandes áreas de interés; recursos turístico, infraestructura, planta turística, capacitación y organización. De igual manera, los programas y acciones se diseñaron a partir de las estrategias, siendo necesario detectar y delimitar puntualmente las limitaciones a resolver a través de dichos instrumentos.

Una vez elaborados los programas y acciones se estableció su descripción, objetivos, plazos y a los responsables. La designación de responsabilidades y compromisos implicó delimitar las facultades de las distintas instituciones vinculadas con el desarrollo del circuito ecoturístico, en este sentido, es necesario revisar los ámbitos de competencia y las funciones específicas de cada entidad u organización, para evitar duplicidad, y asignar las responsabilidades de acuerdo a sus facultades.

Capítulo I

Marco Teórico Conceptual

1.1 La importancia de la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico

La aplicación de la planeación estratégica en el desarrollo local del turismo es la diferencia entre pensar y hacer, una cosa es imaginar lo que deseamos y otra distinta, es sentar las bases necesarias y trabajar para lograrlo.

Por lo tanto, el primer paso de esfuerzo en la planeación, es elaborarlo por escrito, en lo que se le denomina plan o programa de desarrollo turístico, la finalidad es asegurar un trabajo comprometido, que puede ser consultado tantas veces como sea necesario, siendo un instrumento de consulta para quienes estén interesados en la ejecución del proyecto.

El plan de desarrollo turístico, (SECTUR, s. f.: p.37) “se traduce en un plan estratégico que integra todos los aspectos del desarrollo turístico incluyendo los recursos humanos, medioambientales y socioculturales, dicho plan parte de la determinación previa de un objetivo que va desde lo general a lo específico con diferentes niveles de disgregación, se trata de un objetivo a largo plazo que debe ser consensuado por todos los agentes implicados en su funcionamiento, posteriormente se formaliza los instrumentos necesarios para llevar adelante el plan, implementándose los mecanismos de control que asegure su éxito”.

El plan estratégico para el desarrollo del circuito ecoturístico, será en consecuencia el documento en el que se registren cada una de las etapas de la tarea de planeación, teniendo presente los objetivos que se desean alcanzar.

Cuadro 1.1 Etapas del plan de desarrollo turístico	
1. Objetivos Generales	Define qué se espera conseguir con el desarrollo turístico de la comunidad (rumbo y límite).
2. Diagnóstico	Centrado en el conocimiento de la oferta y la demanda turística en el municipio, su entorno, y las características de los aspectos positivos y negativos que lo caracterizan (situación actual) ¿Quiénes somos?, ¿Dónde estamos?, ¿Qué queremos?
3.- Estrategia	Orientación futura del turismo en el municipio, fijando objetivos concretos y eligiendo la alternativa de desarrollo (como hacer para llegar). ¿Cómo lograrlo?, ¿Cómo llegar?
4. Programa de actividades	Acciones concretas que deben ser ejecutadas para llevar a la realidad los objetivos. ¿Quién lo hará?, ¿Cómo? y ¿Cuándo?
5.- Gestión	Aplicación y seguimiento de las acciones propuestas por parte de los agentes sociales.

Fuente: Elaboración propia, tomado de SECTUR, (s.f.) pág. 38.

Como lo demuestra el cuadro 1.1, el plan de desarrollo turístico es la metodología de trabajo que guía cómo hacer las actividades, se convierte así en una herramienta para dirigir paso a paso el desarrollo turístico de cara al futuro, permitiendo reconocer el terreno en el que los agentes sociales involucrados se mueven, cada una de las etapas ayuda a establecer las necesidades de la región en la cual se decide establecer el circuito ecoturístico.

Se inicia por definir lo que será el proyecto, mediante el reconocimiento su situación actual, que le permita por lo tanto decidir las acciones para mejorarlo siendo la pauta para proceder a la gestión del programa de actividades previsto y lograr entonces los objetivos planteados de manera eficaz y eficiente.

Un espacio turístico puede verse como un rompecabezas, cuyas piezas deben ajustarse, el plan desde este punto de vista, es la solución para articular y el procedimiento a seguir con este propósito.

1.2 La importancia del Desarrollo Sustentable en el planteamiento del circuito ecoturístico

En 1974 en Ginebra durante la elaboración del primer reporte de estudios económicos se estableció la importancia de una sociedad sustentable para conciliar la necesidad de crecimiento industrial y la objeción de algunos países en vías de desarrollo de preservar prioritariamente el medio ambiente, así como involucrar a la población, la cual siempre se ha confrontado al crecimiento económico en condiciones de pobreza y de sobrevivencia, a costa de la explotación del medio ambiente, posteriormente en 1980 en Manila se celebró la Conferencia Mundial del Turismo, convocada por la Organización Mundial del Turismo, con objeto de tratar cuestiones que reclamaban atención inmediata al desarrollo armonioso del turismo, en 1987 durante la presentación del Informe de Brundtland se determina al desarrollo sustentable como un instrumento para tratar la protección del medio ambiente satisfaciendo las necesidades del presente, sin comprometer su capacidad para que las futuras generaciones puedan satisfacer sus propias necesidades, en 1992, en Río de Janeiro, dentro de la Cumbre de la Tierra, donde el concepto de sustentabilidad se operativiza en principios rectores, que define las responsabilidades y derechos de todos los actores, en el que destaca para el presente estudio, los principios 2 y 21 que manifiestan que de conformidad con la Carta de las Naciones Unidas y los principios del derecho internacional, los Estados tienen el derecho soberano de aprovechar sus propios recursos según sus propias políticas ambientales y de desarrollo, y la responsabilidad de velar por que las actividades realizadas dentro de su jurisdicción o bajo su control no causen daños al medio ambiente de otros estados o de zonas que estén fuera de los límites de la jurisdicción nacional, así como el derecho de las poblaciones indígenas y sus comunidades, como otras comunidades locales, desempeñar un papel fundamental en la ordenación del medio ambiente y en el desarrollo debido a sus conocimientos y prácticas tradicionales, por lo tanto los Estados deberían reconocer y apoyar

debidamente su identidad, cultura e intereses y hacer posible su participación efectiva en el logro del desarrollo sostenible.

En México dentro de la Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección Ambiental (LGEEPA) en el artículo tercero, fracción XI, determina al desarrollo sustentable como el proceso evaluable mediante criterios e indicadores de carácter ambiental, económico y social que tienda a mejorar la calidad de vida y la productividad de las personas.

El desarrollo sustentable se presenta entonces como una alternativa para buscar el progreso, con base en el aprovechamiento racional de los recursos naturales y humanos SECTUR (Fascículo I, 2004: p. 10). Esto se basa en tres dimensiones de equidad, las cuales son:

- Económica: Es decir, que haya suficientes ingresos económicos para todos y que se repartan de una manera justa, evitando el enriquecimiento excesivo de unos pocos a costa de todos. Así mismo, es necesario que el ingreso económico de cada familia sea suficiente para cubrir con dignidad sus necesidades de alimentación, vivienda, vestido, educación, salud, etc.
- Social: Es necesario que las posibilidades de bienestar y desarrollo humano estén al alcance de todos, sin importar su nivel económico ni el tipo de trabajo que realicen. Este punto también refleja la importancia de la amplia participación de todos los sectores implicados, para lograr la mejor solución a los problemas.
- Ambiental: Significa que se debe valorar a la naturaleza con respeto, cambiando la forma de relacionarnos con ella, para no provocar desequilibrios en los ecosistemas. Es necesario evitar que el mejoramiento económico y el progreso social se basen en la explotación y agotamiento de los recursos naturales (tierra, selvas, bosques, ríos, mares, animales, etc.); y que cuando

aún suceda así, se utilicen tecnologías alternativas para reducir y corregir el impacto ambiental.

Estas tres dimensiones, aunque se puedan presentar de una manera simple, en la realidad son difíciles de cumplir, pues encaminarse hacia un desarrollo sustentable, conlleva la necesidad de hacer grandes cambios, no sólo en cuanto a nuestra sensibilidad por la naturaleza, sino principalmente en los sistemas nacionales e internacionales de producción y consumo.

No obstante el gran impacto positivo del turismo en el ámbito económico, hoy en día se percibe un enfoque de la política turística en su ámbito social y ambiental, que ha obligado a la planeación y el desarrollo sustentable de la actividad, en función, entre otros aspectos, de las necesidades y preferencias del turista por un ambiente más sano y mejor conservado, auténtico y natural, además de un alto nivel de calidad y competitividad en los servicios.

Considerando la importancia de la sustentabilidad en el desarrollo de cualquier actividad productiva, la Secretaría de Turismo de México en colaboración con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales⁴, presentó en septiembre del año 2000 la política y estrategia nacional para el desarrollo turístico sustentable, que tiene como objetivo promover un desarrollo turístico que concilie, equilibre y fomente la equidad social, la sustentabilidad natural y la rentabilidad de la inversión pública, privada y social, con el objeto de satisfacer las necesidades actuales de las regiones anfitrionas, de los inversionistas turísticos, de los prestadores de servicios turísticos y de los turistas, con el fin de proteger, fortalecer y garantizar las oportunidades de desarrollo en el futuro.

⁴ SEMARNAT es la dependencia de gobierno que tiene como propósito fundamental "fomentar la protección, restauración y conservación de los ecosistemas y recursos naturales, y bienes y servicios ambientales, con el fin de propiciar su aprovechamiento y desarrollo sustentable" (Ley Orgánica de la Administración Pública, Artículo 32 bis reformada en el DOF del 25 de febrero de 2003).

Por lo tanto es importante considerar en el diseño del circuito ecoturístico los siguientes principios del desarrollo turístico sustentable (SECTUR, Fascículo I 2004: pág. 14).

- Proporcionar experiencias de la más alta calidad a los turistas, ya que las necesidades actuales de los visitantes cada vez son más exigentes y requieren de un trato personalizado con servicios altamente calificados que se conjunten en un medio ambiente y atractivos turísticos óptimos.
- Promover el desarrollo de la riqueza natural y cultural de cada región, cuidando así los atractivos y la identidad propia, de manera que éstos puedan contribuir al patrimonio nacional, y continuar siendo al mismo tiempo un enclave turístico.
- Difundir las ventajas y oportunidades que la actividad turística brinda a la economía y al ambiente, ya que con un buen manejo de ésta, se pueden percibir ingresos significativos, los cuales serían de gran ayuda para mantener y mejorar la prosperidad del país, aplicándolos a la conservación de los recursos naturales.
- Mejorar el nivel de vida de las comunidades receptoras, creando fuentes de trabajo y oportunidades de crecimiento a la población, y contribuyendo al desarrollo de servicios paralelos que se conjunten para ofrecer una mejor atención al turista. Lo anterior permite que las comunidades se den cuenta de todos los beneficios que pueden percibir, y hace posible una interacción cultural entre los turistas y los pobladores del lugar.

Asimismo, los principios anteriores contemplan las siguientes ventajas de largo plazo:

- La conservación y el uso sustentable de los recursos naturales, culturales y sociales, son fundamentales para que un negocio sea sustentable y rentable. Mantener y promover la diversidad natural cultural, es esencial para el desarrollo turístico sustentable, porque son la base de esta actividad.

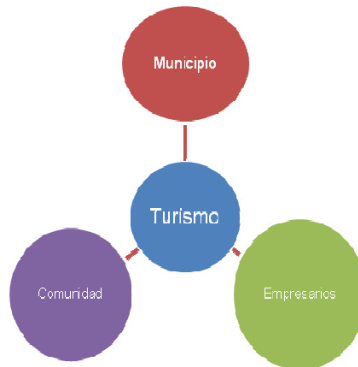
- Un desarrollo turístico integrado al marco de planeación estratégica nacional y local que contemple a su vez los impactos ambientales, aumenta la capacidad del turismo.
- Un turismo que apoye un amplio rango de actividades económicas locales y tome en cuenta los valores y los costos ambientales, protege a dichas economías y evita los daños ambientales, reduciendo los costos de reparación por ello.
- La completa participación de las comunidades locales en el sector turístico, no sólo beneficia a éstas y al medio ambiente, sino que también mejora la calidad de las experiencias de los turistas.
- El integrar los principios del desarrollo turístico sustentable a la práctica común, a través de la capacitación y entrenamiento de personal local, a todos los niveles, tiende a mejorar la calidad de un producto turístico.
- La información que se proporciona al turista antes y durante su visita, aumenta el respeto por los ambientes natural, social y cultural de los destinos, aumentando de esta manera la satisfacción y orgullo de los pobladores.

1.3 Los Agentes Sociales que participan en el desarrollo local del turismo

La planificación centralizada del turismo, es decir diseñada por los órganos federal y estatal, limita el desarrollo de este sector y llega a convertirse en obstáculo para el crecimiento de las comunidades que cuentan con recursos naturales de gran potencial turístico.

El desarrollo del turismo se concibe como la voluntad de todos los actores sociales implicados, lo que significa asumir un compromiso de colaboración y corresponsabilidad, buscado alcanzar los intereses colectivos a partir de una meta común.

Esquema 1.1 Agentes Sociales del Turismo.



Fuente: SECTUR, (s.f.) pág. 30

Tal como lo muestra el esquema 1.1, la única posibilidad de configurar un triángulo interdependiente, es a través de la estabilidad y solidez en sus agentes, mediante un sistema de gestión descentralizada, que tenga como eje el reforzamiento de la administración local.

De esta manera, municipio, empresarios y comunidad, tienen un objetivo en común, que consiste en desarrollar la actividad turística de manera sustentable. El objetivo final es intentar conciliar las diferentes aspiraciones y exigencias legítimas de cada grupo. Alcanzar el consenso necesario para hacer viable el proceso de desarrollo turístico a través de las consultas pertinentes y la disposición a colaborar de los diferentes grupos sociales (corresponsabilidad).

Si se consideran por separado los intereses que en teoría persigue cada uno, se llega a la conclusión que existe entre ellos un campo común de acuerdos, de actores subsidiarios.

Cuadro 1.2 Ubicación de los grupos de Interés con relación al turismo	
Interés del municipio	<ul style="list-style-type: none"> - Elevar la calidad de vida de la población. - Generación de empleo bien remunerado. - Redistribuir el ingreso. - Regular la ordenación territorial y la generación de la infraestructura y equipamiento necesario al municipio. - Impulsar la capacitación técnica - Lograr una gestión eficiente de los medios económicos y humanos disponibles. - Velar por la conservación del patrimonio natural y edificado. - Crear condiciones favorables para los inversionistas
Interés empresarial	<ul style="list-style-type: none"> - Condiciones favorables. - Acceso a facilidades financieras. - Contar con mano de obra capacitada y eficiente. - Servicios e infraestructuras de apoyo. - Gestión de permisos y autorizaciones. - Contar con información básica para la realización de inversiones rentables y seguras.
Interés comunitario	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar sus condiciones de vida. - Tener acceso a oportunidades de trabajo. - Disponer de los servicios básicos necesarios. - Servicios de salud, educación y recreación. - Mayor participación en las decisiones políticas que afectan su modo de vida. - Conservar el patrimonio natural, histórico y cultural
Interés compartido	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la infraestructura, servicios y equipamiento de apoyo. - Crear y apoyar alternativas de desarrollo económico. - Revalorar el talento local. - Conservar el patrimonio. - Impulso a la creación de micro, pequeñas y medianas empresas Turísticas.

Fuente: Elaboración propia, tomado de SECTUR, (s.f.) pág. 33

Como lo muestra el cuadro 1.2, los intereses de cada actor pueden ser subordinados a los intereses generales a través de un proceso de planeación de desarrollo turístico, lo que generara relaciones de dependencia entre unos y otros que derivan en beneficios para todos, por lo tanto el municipio, la comunidad y los empresarios son copartícipes en la empresa común para desarrollar el turismo.

1.3.1 El municipio y su rol en el turismo

El desarrollo correctamente planificado del turismo por parte del municipio será una actividad que ayudará en gran medida en la participación de los beneficios a la comunidad local.

Si bien es cierto que el municipio no es el único responsable de orientar y planificar el desarrollo turístico de su espacio, no puede abstenerse de su rol principal como orientador de la actividad turística, por el hecho de que es el que con mayor competencia y facultad puede analizar desde una perspectiva integradora, los beneficios de sus habitantes y de su territorio encabezando el proceso de desarrollo turístico en su comunidad buscando el acuerdo entre el resto los agentes sociales.

Conforme a la normativa de su Ley Orgánica (SECTUR, s. f.: p. 30), “el municipio debe adoptar una estructura funcional, que responda a diferentes niveles de organización interna, esto permite radicar las funciones relacionadas a la actividad turística a una área, dirección, departamento, secretaría según sea el caso la responsabilidad de promover y coordinarse interna y externamente el desarrollo del turismo”, aislarse significa, que los beneficios de la actividad turística no llegan a la población local, y que los impactos negativos del turismo no tengan control o respuesta que obligue a corregirlos. Una condición básica para que la relación sea suficientemente estable y útil, es impulsar el conocimiento del marco legal Artículo 115 constitucional, esto facilitara la ejecución de programas y proyectos del sector turismo, especialmente los de la planeación turística.

La gestión municipal responde a funciones tradicionales del municipio como velar por el bien común de la población, recaudar impuestos, regular el ordenamiento territorial, construir el equipamientos e infraestructura básica y promover eventos cívicos y culturales (Boullon, 2003: p 17).

El actual régimen municipal puede actuar en favor de la promoción de la actividad turística siempre en consonancia con la estrategia estatal, y del establecimiento de las bases de un turismo sustentable.

La forma de lograrlo es establecer como objetivo fundamental, el procurar mantener un ambiente para el trabajo y para la vida de la población, para ello el municipio debe asumir las funciones que le corresponden por ley, y que están en perfecta correlación con los principios del turismo sustentable, constituyendo este compromiso de defensa de sus deberes y derechos, el mejor soporte para un efectivo impulso al desarrollo turístico local.

El principal problema al que se enfrenta el municipio en la conducción del sector turismo, es la asignación y distribución de tareas y responsabilidades, por lo cual se desglosa según (SECTUR, s. f.: p. 31), las tareas en áreas de acción como pueden ser:

- **Información:** Publicar y difundir datos acerca de los atractivos y servicios turísticos, brindada en forma directa e indirecta a los turistas, o a quien lo requiera.
- **Facilitación:** Se refiere a las disposiciones, reglamentos, acuerdos y cualquier otro tipo de medidas dispuestas por los organismos públicos, tendientes a agilizar el ingreso, desplazamiento y egresos de los turistas, sus equipajes, así como contribuir a incrementar el consumo de los servicios turísticos disponibles.
- **Promoción:** Comprende la publicidad, las relaciones públicas institucionales y la concurrencia u organización de eventos de comercialización para dar a conocer los productos turísticos y apoyar las campañas similares a cargo del sector empresarial turístico, a fin de estimular la demanda en las plazas del mercado emisor.
- **Fomento de Inversiones:** Constituidas por estudios técnicos, investigaciones, publicaciones, reglamentos exenciones impositivas, créditos y cualquier otro

tipo de disposiciones similares, elaboradas y establecidas por el sector público para promover la participación de la inversión privada en el desarrollo de la planta turística.

- **Contralor de Servicios:** Es la realización y el registro de prestadores de servicios turísticos, la categorización y jerarquización de esos servicios, y la vigilancia del cumplimiento de los requisitos, que se convengan respecto a la calidad que deben alcanzar los servicios pertenecientes a cada una de las categorías y jerarquías establecidas.
- **Capacitación:** Se refiere a los programas y acciones puntuales destinados a identificar y satisfacer las necesidades de formación, perfección y especialización en el nivel operativo, administrativo y directivo, a los funcionarios, personal y empresarios que se desempeñan en el sector turístico.
- **Asistencia Técnica:** Sirve de apoyo para resolver problemas técnicos concretos, que afecten el funcionamiento de algún sector de la iniciativa privada o de alguna parte del espacio turístico, cuyas organizaciones o autoridades no están en condiciones de afrontarlas por su cuenta, debido a la falta de personal técnico necesario o capacidad financiera para contratarlo.
- **Planificación Turística:** Comprende la investigación y la definición de medidas para aprovechar y preservar los atractivos turísticos, racionalizar el crecimiento de la planta turística, programar eventos y actividades turísticas, promover el desarrollo armónico del espacio turístico, e incrementar la demanda y las ventas.
- **Administración de Servicios:** Es el conjunto de acciones oficiales orientadas a operar los servicios turísticos que dependen de su jurisdicción.
- **Recreación:** Son los servicios públicos destinados a la población del municipio para el uso y disfrute de su tiempo libre, que en algunos casos también puede ser aprovechado por los turistas.
- **Recaudación:** es el ejercicio de las atribuciones del sector público para establecer, imposiciones, tributos, contraprestaciones, derechos y cualquier otro

tipo de aportes del sector privado con el propósito de conformar los recursos económicos del sector público.

1.3.2 La participación de la comunidad

Drumm y Moore (2005: p. 43), se refieren al término de comunidad, como un grupo heterogéneo de gente que comparte la residencia en una misma área geográfica y el acceso a un conjunto de recursos naturales locales.

En años recientes, se ha reconocido el papel crucial que las comunidades desempeñan en la conservación de la biodiversidad; algunas autoridades han desarrollado mecanismos para incorporar a estas comunidades como actores en el proceso de planificación y manejo. Al mismo tiempo, el creciente interés de los turistas por aprender y experimentar diferentes culturas, ha llevado a la industria del turismo a incorporar a las comunidades en sus actividades.

Con el propósito de maximizar los beneficios de la conservación a través de la elaboración del plan estratégico para el desarrollo del circuito ecoturístico, es necesario definir cómo pueden participar los actores locales en su planificación y desarrollo. Drumm y Moore (2005: p. 44) manifiestan una gama de grados de participación que incluye:

- Alquilar la tierra a un operador para desarrollarla mientras se monitorean los impactos;
- Trabajar como personal ocasional, de medio tiempo o de tiempo completo para operadores turísticos privados;
- Proporcionar servicios a operadores privados, tales como preparación de comidas, guías, transporte o alojamiento, o una combinación de éstos;

- Formar una empresa conjunta con operadores turísticos privados en la que la comunidad proporciona la mayoría de los servicios mientras que el sector privado maneja el mercadeo, la logística y los guías; y
- Operar como programas independientes, basados en la comunidad: el papel que elija una comunidad debe basarse, entre otras cosas, en sus intereses, capacidad organizativa, experiencia, sensibilidad cultural, presencia de liderazgos sólidos, calidad de los recursos naturales y culturales, demanda del turismo, oportunidades de capacitación, disponibilidad de intereses de los socios y del sector privado.

Puede ser que la comunidad esté muy interesada en desarrollar el ecoturismo, pero puede no ser una opción viable a causa de alguno de los factores antes mencionados, el desarrollo del ecoturismo representará un excelente medio para beneficiar tanto a la población local como a los recursos naturales, no solo a los considerados potencialmente turísticos, los cuales deberán ser aprovechados como atractivos turísticos sin causar daño al área natural.

El nivel de involucramiento de la comunidad es un elemento sustancial de los proyectos ecoturísticos, puede ir desde su forma más pasiva, que no es más que algunos residentes locales ocupando empleos y vendiendo productos, al otro extremo en el cual la comunidad planifica e inicia desarrollos, estableciendo el marco dentro del cual los otros interesados actúan, hay muchos puntos intermedios, tales como la participación activa a nivel individual, por parte de empresarios que desarrollan nuevas iniciativas, involucramiento pasivo por las comunidades donde el ingreso colectivo es recibido o algo más activamente ganado, pero todavía sin su participación en la planificación, variando enormemente de lugar en lugar, y particularmente será diferente dentro y fuera de las áreas protegidas ya que en este caso la toma de decisiones siempre será compartida con los organismos de conservación. El cuadro 1.3 clasifica diferentes tipos de involucramiento local en el turismo, desde pasivo hasta activo, en relación al involucramiento de los individuos,

de las instituciones comunitarias, y del involucramiento total de los miembros de la comunidad.

Cuadro 1.3 Tipología de involucramiento comunitario en el turismo			
Naturaleza del involucramiento	Involucramiento pasivo	Involucramiento activo	Participación plena
Individuos	Personas locales ocupando empleos y vendiendo recursos	Empresas gestionadas por empresarios locales	Red de industrias locales suministrando la mayoría de los bienes y servicios
Cambio requiere:	Entrenamiento, crédito, acceso a los mercados, políticas oficiales de apoyo		
Instituciones comunitarias (ejidales)	Reciben ingreso colectivo: por ejemplo, dado por operadores privados como donativos o para cumplir con las regulaciones	Obtienen ingresos: por ej; alquilando recursos, comprometen cooperación, poseen empresas comunitarias Aprueban las decisiones de planificación	Deciden qué ganar y cómo tienen la palabra decisiva en las decisiones de planificación, gestionan colectivamente los recursos comunes
Cambio requiere:	Definidos por la comunidad; derechos/poder sobre recursos y decisiones para el mercado; capacidad para ejercer plenamente sus derechos		
Todos los miembros de la comunidad	Aprender de las decisiones "comunitarias"	Recibir sus partes del ingreso comunitario consultados sobre las decisiones comunitarias	Participación colectiva en las decisiones sobre el uso de los recursos, ingresos, y conflictos
Cambio requiere:	Procesos participativos para involucrar interesados y en las tomas de decisiones		

Fuente: Involucramiento de la Comunidad en el Turismo de Vida Silvestre: Fortalezas, Debilidades y Retos, Caroline Ashley y Dilys Roe International Institute for Environment and Development

La cuestión es, ¿cómo moverse a través de la tabla, de pasivo a activo y también de lo individual a lo colectivo?, puede ser idealista creer que el desarrollo basado en una industria competitiva como el turismo alguna vez sería una ruta para el desarrollo y

apoderamiento comunitario sin embargo, es importante asegurarse de que las comunidades tengan derechos, y que las personas locales estén conscientes de sus derechos y de su rol en el ejercicio de ellos, esto resalta la importancia de tener en cuenta también las habilidades y principios del desarrollo social además de las habilidades específicas al turismo, tales como negocio y conservación, aún más, si el turismo aumenta el valor de los recursos locales y la necesidad de una mejoría en la gestión, este puede proveer el ímpetu adicional para fortalecer las instituciones comunitarias y la toma colectiva de decisiones.⁵

1.2.3 El sector empresarial

Implementar el circuito ecoturístico puede ser una aventura muy desafiante y costosa, si el sector productivo es parte del proceso de planificación desde el comienzo, es posible reducir enormemente los costos y así facilitar el éxito del plan.

Incluir la experiencia de los empresarios en el proceso de la planificación y el diseño del plan es invaluable y no puede ser reemplazado (SECTUR, s.f. pág. 17), algunos de los aportes esenciales de los varios segmentos de la industria del turismo pueden incluir:

- Proveer información acerca de los mercados potenciales para actividades de ecoturismo.
- Proporcionar asesoramiento con respecto a las preferencias de los visitantes en términos de atracciones, alojamientos, servicios de comida y transporte.
- Hacer el mercadeo de un programa o actividad de ecoturismo.

⁵ Por ejemplo, en Namibia, los beneficios económicos de la gestión de la vida silvestre apenas empiezan a mostrarse, pero los beneficios sociales e institucionales ya son evidentes. Las comunidades han organizado nuevos organismos representativos, foros y métodos para tomar decisiones, y mayor habilidad en la planificación participativa, para mejorar su gestión de la vida silvestre. Ahora que ya se está recibiendo un ingreso colectivo, el significado del dólar palidece en comparación con los nuevos métodos e instituciones que se están desarrollando para decidir como ganarlo o usarlo: por ejemplo, equipos de la comunidad que realizan encuestas hogareñas, reuniones públicas para informar, representación a nivel de sub-villa, y ceremonias públicas de distribución - todo apoyados por ONGs como Integrated Rural Development and Nature Conservation (IRDNC). Es decir que, la oportunidad de ganar dinero de la vida silvestre es un fuerte catalizador del fortalecimiento institucional y de lograr poder.

- Brindar uno o más de los servicios necesarios para facilitar el acceso de los visitantes, y una mejor apreciación del sitio de ecoturismo.
- Proporcionar capacitación para los guías y empresarios locales.
- Invertir en una operación de ecoturismo, (la inversión probablemente dependerá de la expectativa de un cierto nivel de beneficio económico).

Es importante que el municipio defina claramente la participación del sector empresarial, priorizando entre los empresarios de las comunidades y de la región la administración y operación de las actividades turísticas así como de los servicios turísticos.

1.4 La delimitación del espacio para el desarrollo del circuito ecoturístico

Para entender la importancia del diseño del plan estratégico es importante identificar el espacio donde se va implementar, para definir su alcance y responsabilidad por parte de los agentes involucrados, por lo tanto en la literatura sobre el tema, (CESTUR, s. f.: págs. 56 y 57), se pueden distinguir varios enfoques que derivan de asociar determinados fenómenos a un espacio territorial. Por ejemplo: la geografía identifica una región de acuerdo a sus características físicas, tales como la orografía, la hidrología etc.; la biología ubica su tema de estudio en espacios definidos en función de la flora, la fauna y/o de acuerdo a las características de los ecosistemas; para la ciencia política el concepto de región surge como lo opuesto a centralismo y, en cierta medida, equivale a federalismo; los antropólogos y sociólogos, parten de acotar una región considerando las características históricas, sociales o étnicas que le dan perfil a un espacio dado; la economía por su parte ha trabajado el concepto de región asociado, fundamentalmente a los efectos derivados de la concentración urbana y/o industrial sobre un área determinada.

Por lo que al turismo se refiere, encontramos con mayor frecuencia los términos de región, corredor, zona, área y centros turísticos, sin que se haya llegado a uniformar

los conceptos y los espacios turísticos correspondientes, adicionalmente se maneja la distinción entre espacio real y el espacio potencial. El real es aquel que es posible comprobar su existencia, el potencial resulta de poder destinar el espacio real a un uso diferente al actual, como es el caso de la presente investigación en la que se manifiesta que el actual uso de los recursos del área de estudio, es distinto al que se quiere potencializar, de ahí la importancia de especificar en que tipo de categoría se establecería el proyecto.

Para (Bouillon, 2004: p.32) el concepto genérico de región queda dividido en cinco categorías, denominadas espacios turísticos, y que relaciona la extensión que pueden abarcar cada grupo, considerando la división política territorial a nivel municipal y estatal, la cantidad y la discontinuidad de atractivos turísticos en cada caso.

El espacio constituido por varios municipios pertenecientes a dos o más estados, donde existe un atractivo preponderante común a todos ellos acompañando, por lo general de otros atractivos se le conoce como zona turística.

Área turística, corresponde a un grupo de municipios dentro de un estado que por su riqueza turística variada o la presencia de un atractivo preponderante común entre todos ellos, constituyen un espacio con adecuada infraestructura de comunicaciones y de establecimientos turísticos que permitan al turista una estadía suficiente para conocer los atractivos más importantes.

El tercer nivel en cuanto a dimensión corresponde a núcleo turístico, el cual incluye un municipio en el cual se puede dar por lo general un atractivo preponderante y/o atractivos secundarios. En este caso el turista se puede también desplazar a otros núcleos, lo que implica caminos de acceso y la infraestructura de alojamiento adecuada a las distancias de la zona.

El concepto espacial de menor tamaño con atractivos naturales lo denominamos centro turístico. En este caso se ubica dentro de un municipio y suele estar asociado a un atractivo preponderante, sin que ello excluya la existencia de otros atractivos. La permanencia de los turistas en un centro turístico suele ser de un fin de semana.

Por último poblado turístico es aquel que está al interior de un municipio y cuenta con atractivos históricos, artísticos y culturales. Los poblados turísticos pueden ser a su vez, puntos de distribución hacia otros destinos turísticos, puntos de estadía, a partir de los cuales se llevan a cabo recorridos de un día para regresar al centro, y/o puntos de excursión o visita en los cuales la permanencia suele limitarse a un día.

El termino circuito como región turística no se encuentra manifestado en la anterior clasificación, dado que un circuito turístico puede abarcar uno o más de estos conceptos, todo depende de cómo el organismo o entidad que va a diseñarlo, manifieste su organización respecto a la ruta, atractivos, actividades y tiempos para su recorrido.

1.5 Los senderos interpretativos guías fundamentales dentro del circuito ecoturístico

Como ya se manifestó los circuitos son diseñados en base a los itinerarios organizados por los agentes turísticos, permitiendo el descubrimiento óptimo de una región, aquellos que son desarrollados en el entorno natural, como es el caso del ecoturismo, plantean a menudo el problema de la vuelta al punto de partida, según (Observatorio Europeo Leader, 2001: pág. 32), es importante contar con infraestructura que ofrezca a los visitantes el placer de descubrir y apreciar una región turística, requiere de una organización discreta y compleja, que se conoce como senderismo interpretativo.

Para la Secretaría de Economía (2006), dentro de la Norma NMX-AA-133-SCFI-2006, requisitos y especificaciones de sustentabilidad del ecoturismo, los senderos

interpretativos son pequeños caminos o huellas que permite recorrer con facilidad un área determinada, los senderos cumplen varias funciones, tales como: servir de acceso y paseo para los visitantes, ser un medio para el desarrollo de actividades educativas y servir para los propósitos administrativos del área protegida, en su caso.

La SECTUR (Fascículo 5 2004:p.24) también definen a los senderos interpretativos como infraestructuras organizadas que se encuentran en el medio natural, rural o urbano para facilitar y favorecer al visitante la realización y recreación con el entorno natural o área protegida donde se emplace el sendero el cual se puede plantear desde distintas perspectivas: para racionalizar y reducir al mínimo el impacto humano en zonas naturales; como ejes de recuperación del patrimonio cultural e histórico, como recurso didáctico e interdisciplinario que favorece la educación ambiental y la recreación en el entorno natural, o para despertar sensaciones y percepciones de los visitantes, entre otras.

Con lo anterior, se resalta que un sendero interpretativo no es tan solo una vereda acondicionada con letreros, puentes y miradores rústicos en un espacio natural, este concepto erróneo sobre los mismos puede ocasionar un impacto negativo al sitio y a la región en que se desarrolle, para su construcción se requiere realizar una serie de estudios y valoraciones previas e las zonas por donde pasará, con la finalidad de evitar alteraciones al ecosistema local.

1.5.1 Consideraciones jurídicas para el diseño de senderos interpretativos en el circuito ecoturístico

Un circuito ecoturístico no constituye una entidad jurídica en sí, dado que como ya se mencionó es un itinerario de recorridos dentro de un entorno natural, y que para su practica utiliza caminos, su régimen por lo tanto vendrá determinado por la normativa de propiedad de la tierra y por la función atribuida al camino, la primera cuestión que debe plantearse en el momento de la creación del circuito es la normativa aplicable a

los caminos utilizados: el itinerario previsto ¿utiliza caminos privados o públicos?, si los caminos son públicos ¿está su recorrido autorizado a los senderistas?

El marco jurídico que regula los itinerarios de senderismo puede variar según cada país, en particular, en función de las particularidades del derecho de propiedad de la tierra y del régimen de las servidumbres de paso, los organismos promotores del desarrollo de senderismo deberán proceder siempre a un análisis detallado y riguroso de estas cuestiones jurídicas, cualesquiera que sean las características de los caminos utilizados. El Observatorio Europeo Leader (2001: p. 21) recomienda con insistencia, confiar toda la dirección de la obra de los itinerarios a un mismo encargado público, en general una corporación territorial (municipios, estructuras intermunicipales, distritos), para que se tenga en cuenta de forma rigurosa y coherente este aspecto fundamental de la creación del itinerario.

1.6 El análisis del sistema turístico para el diagnóstico estratégico del circuito ecoturístico

El sistema turístico de la región, se determina a partir de la integración de cuatro componentes: atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y superestructura turística, por lo tanto se define sin mayores complicaciones el concepto de sistema turístico, como la relación entre la materia prima (atractivos turísticos), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema).

En el momento de efectuar el diagnóstico del sector, que es una de las primeras tareas del proceso de planificación, el mismo estaría incompleto si no se analizan sistemáticamente las cuatro partes que integran el sistema, porque la carencia o deficiencia de cualquiera de ellas afecta al resto.

Lo dicho para el diagnóstico vale para todas las etapas que contiene la elaboración de un plan de desarrollo turístico, hasta llegar a la formulación de los proyectos y las acciones concretas sobre la planta turística, la promoción o la organización; porque si, al actuar independientemente sobre alguno de sus componentes, se olvida la interrelación entre las partes y los efectos y condicionamientos recíprocos, puede que el sistema turístico no reaccione como se esperaba.

1.6.1 Planta Turística

Reconocer los servicios que se venderán a los turistas están considerados por un subsistema al que denominamos planta turística, integrado por dos elementos: el equipamiento y las instalaciones, Boullon (2003: p. 40) establece que el equipamiento incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos, la presente tabla resume cuatro categorías en todas las formas posibles; y en un segundo nivel se subdivide a cada categoría en variadas tipologías de su mismo orden.

Cuadro 1.4 Equipamiento y servicios turísticos			
* Alojamiento	* Alimentación	* Esparcimiento	* Otros
<ul style="list-style-type: none"> • Hoteles • Cabañas • Bungalows • Condominios • Desarrollos inmobiliarios • Refugios • Albergues • Casas de huéspedes • Unidades ligeras (tiendas de campaña) 	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes • Establecimientos de comida rápida • Establecimientos de antojitos • Servicios de venta de paquetes para excursión y expedición 	<ul style="list-style-type: none"> • Centros comerciales • Clubes deportivos • Centros spa's • Parques temáticos • Parques de diversión • Clubes nocturnos • Discotecas • Casinos • Bares • Visitas a atractivos culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de negocios • Avituallamiento de embarcaciones • Educación ambiental • Guías especializadas • Agencias de viaje • Información especializada • Primeros auxilios

* Aplican en el caso de Estudio, dentro de la zona de estudio, municipio y la región.

Fuente: Fascículo VIII Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios, SECTUR (s. f.).

El segundo componente de la planta turística lo constituyen las instalaciones, bajo este rubro deben anotarse todas las construcciones especiales (distintas a las consignadas por el equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas.

Cuadro 1.5 Instalaciones y Servicios turísticos		
Turismo de Negocios	Turismo Cultural	Turismo de Salud
<ul style="list-style-type: none"> • Inmuebles especializados en eventos empresariales - Congresos - Convenciones - Cursos - Seminarios - Exposiciones y Muestras - Ferias - Foros - Conferencias 	<ul style="list-style-type: none"> • Museos • Centros culturales • Galerías de arte • Bibliotecas • Hemerotecas • Plantaciones • Minas • Fabricas 	<ul style="list-style-type: none"> • Temascales • Jacuzzis • Salas de vapor • Tinas de hidromasaje • Cascadas • Mesas de gravedad • Gimnasios • Albercas
Cuadro 1.5 Instalaciones y Servicios turísticos		
Turismo Náutico	* Turismo de Aventura	* Ecoturismo
<ul style="list-style-type: none"> • Escalas náuticas • Marinas • Paraderos • Puntos de abastecimiento de combustible • Muelles, • Rampas para el botado • Centros distribuidores de insumos • Talleres de reparación 	<ul style="list-style-type: none"> • Zonas de campamento • Trailer parks • Refugios • Miradores • Circuitos de recorrido • Teleféricos, Funiculares • Caballerizas • Muelles marinos y fluviales 	<ul style="list-style-type: none"> • Zonas de campamento • Miradores terrestres • Miradores submarinos • Circuitos de recorrido • Inmuebles para la impartición de temas ambientales
Turismo Rural	Turismo Cinegético	Turismo Sol y Playa
<ul style="list-style-type: none"> • Invernaderos • Módulos de producción agrícola • Granjas • Establos • Corrales • Naves • Colmenas • Palomares • Mercados locales • Talleres de artesanías 	<ul style="list-style-type: none"> • Circuitos básicos de recorrido • Zonas de campamento • Stands de tiro • Talleres de mantenimiento y reparación de armas 	<ul style="list-style-type: none"> • Asoleaderos • Palapas • Canchas deportivas de playa • Albercas • Toboganes • Juegos mecánicos • Acuarios • Muelles marinos

*** Aplican en el caso de Estudio**

Fuente: Fascículo VIII Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios, SECTUR (s. f.).

1.6.2 Atractivos turísticos

Para poder operar la planta turística, se requiere de la materia prima, en la industria, la materia prima se obtiene de los recursos naturales y en el turismo es aportado por los atractivos, los cuales se derivan de los recursos naturales y culturales potencialmente turísticos.

El termino materia prima no significa lo mismo en el turismo que en la industria (Boullon, 2003: p. 44), en la industria la materia prima debe ser extraída de la naturaleza para procesarla y transformarla en otra cosa, por lo contrario, en el turismo los atractivos deben permanecer intactos, o si se interviene sobre de ellos, esas acciones quedan limitadas a la restitución de alguna cualidad que pudieron haber perdido ya sea por la acción destructiva de otros sectores, de los propios turistas, o por el paso del tiempo.

Otra diferencia radica en que en la industria la materia prima debe ser trasladada a otro lugar, en cambio en el turismo esta no puede trasladarse, por que los atractivos turísticos son inmuebles, lo que obliga a que la planta turística se ubique al pie del atractivo o dentro de su radio de influencia, condición que impone cierta rigidez a la planeación física del sector.

Una tercera distinción, es de tipo semántico, es la que corresponde para no llamar indistintamente a los atractivos turísticos con ese nombre o con el de recursos. La palabra recurso pasó inadvertidamente de la teoría económica del turismo, pero el pasaje textual conlleva confusiones, por que en economía se entiende por recurso a la suma de tres factores: recursos naturales, recursos humanos, y recursos de capital.

Por otra parte como lo muestra el siguiente cuadro, cuatro de las siete categorías en que se clasifican los atractivos se refieren a la naturaleza, mientras que ninguna contempla a los recursos humanos y el capital, en cambio las tres restantes se

refieren a casos o sucesos culturales, por esta razón y para evitar más confusiones, se ha abolido la palabra recurso del lenguaje técnico turístico (Boullon, 2004: p. 58).

Teniendo en cuenta que los atractivos turísticos son la materia prima del turismo, sin la cual ningún lugar podría emprender el desarrollo turístico se le incluye como el primer elemento de la estructura de producción del sector al que se agrega la planta turística y la infraestructura, el presente cuadro, muestra como la OMT ha clasificado a los atractivos turísticos.

Cuadro 1.6 Recursos Turísticos Naturales y Culturales		
Zonas de Litoral • Playas • Arrecifes • Cuevas, grutas, cenotes y cavernas • Flora y fauna • Áreas para la realización de actividades acuáticas turísticas diversas • Áreas desérticas	* Zonas de Montaña • Montañas • Sierras • Cañadas • Cañones • Cuevas y grutas • Géisers • Volcanes • Valles • Bosques • Flora y fauna • Áreas desérticas	Áreas Naturales Protegidas • Reservas de la biosfera • Parques nacionales • Monumentos naturales • Áreas de protección de recursos • Áreas de protección de flora y fauna.
* Cuerpos de Agua • Lagos y lagunas • Ríos y arroyos • Cascadas y caídas de agua • Termas • Esteros		
* Patrimonio Artístico Monumental • Zonas arqueológicas • Fósiles • Pinturas rupestres • Ciudades coloniales - Centros históricos - Edificios y monumentos históricos y/o religiosos - Cascos de hacienda • Pueblos antiguos • Sitios patrimonio de la humanidad • Santuarios	* Comunidades Tradicionales • Grupos étnicos • Expresiones artísticas folklórica: música, danza, gastronomía, artesanías y artes populares • Ferias y mercados tradicionales • Eventos folklóricos - Carnavales y fiestas anuales • Eventos históricos y/o religiosos: peregrinaciones y representaciones	Expresiones Contemporáneas • Obras de arte • Centros científicos y técnicos • Explotaciones mineras • Plantaciones agropecuarias • Complejos industriales

* Aplican en el caso de Estudio

Fuente: Fascículo VIII Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios, SECTUR, s. f.

1.6.3 La Infraestructura

Para que el sistema turístico pueda funcionar requiere que a los atractivos y a la planta turística se agregue la infraestructura, en la economía moderna se entiende por infraestructura a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas, forman parte de la misma, la educación, los servicios de salud, y la vivienda, los transportes, la comunicación y la energía, dado el carácter de apoyo a la población de un país en su conjunto, también se denomina a las inversiones en infraestructura (teléfonos, carreteras, ferrocarriles, puentes, viviendas, escuelas, hospitales, represas, etc), capital social fijo.

Una de las funciones de la infraestructura es vincular entre si a los asentamientos humanos y resolver las necesidades internas de los mismos, a fin de permitir en esas dos escalas, la circulación de personas, mercaderías, fluidos, energías y noticias, otro tipo de infraestructura corresponde a las dotaciones de salud, la educación y la vivienda, cuya expresión física es puntual y, por lo tanto discontinua en espacio físico.

Ahora bien, como la ubicación de cada elemento no es casual, sino programado, el resultado es un sistema que establece las relaciones funcionales entre todos los elementos que lo componen y los servicios que brindan a la comunidad, de tal modo que se logre un equilibrio entre demanda y oferta.

La otra forma de dividir a la infraestructura en externa e interna, se define por si misma, es externa porque sirve a todos los sectores sin pertenecer especialmente a alguno de ellos, aunque circunstancialmente pueda beneficiar a unos más que a otros (ver tabla). La infraestructura interna también tiene dos formas, la primera corresponde a la dotación que se da por si mismo un sector, para operar en una localización precisa, tal es el caso de un parque industrial o un puerto marítimo que deben construir sus propias redes de calles, energía, abastecimiento y eliminación de

líquidos, conectándolos a las redes disponibles, la otra forma es la infraestructura urbana que resume a todas las redes que prestan servicios indistintamente a las diferentes actividades de una población, es decir dentro de una ciudad la infraestructura, no obstante que es interna, conserva la cualidad de externa en cuanto a la generalidad de los servicios que apoya.

Cuadro 1.7 Infraestructura general y turística.			
* Transportes		* Comunicaciones, Servicios Urbanos, Energía y Salud	
Terrestre <ul style="list-style-type: none"> • Vías carreteras • Vías de ferrocarril • Red de calles • Terminales ferroviarios • Terminales de autobuses • Señalización • Servicios - Transporte - Abasto de combustible - Talleres mecánicos - Cafeterías - Sanitarios - Auxilio vial 	Aéreo <ul style="list-style-type: none"> • Aeropuerto • Aeródromos • Servicios - Hangares taller de reparación - Comercio - Cafeterías - Sanitarios Acuático <ul style="list-style-type: none"> • Puertos marinos • Servicios - Diques de reparación - Cafeterías - Sanitarios 	Comunicaciones <ul style="list-style-type: none"> • Oficinas de correos, Oficinas de telégrafos, Centrales telefónicas, Centros de transferencia electrónica - Telefonía - Internet - Transferencia electrónica de información Salud <ul style="list-style-type: none"> • Hospitales, clínicas, servicios Médicos, paramédicos Ambulatorios 	Servicios Urbanos <ul style="list-style-type: none"> • Abasto de agua • Red de drenaje • Recolección de basura Energía <ul style="list-style-type: none"> • Red eléctrica - Abasto doméstico - Alumbrado público • Abasto de combustible - Gasolineras - Estaciones de gas
* Terrestre <ul style="list-style-type: none"> • Accesos especiales a destinos turísticos - Montaña - Litoral - Áreas naturales protegidas - Cuerpos de agua • Accesos y espacios para la instalación de paraderos carreteros • Módulos de información turística 		Aéreo <ul style="list-style-type: none"> • Servicios especiales de transporte aéreo 	Acuático <ul style="list-style-type: none"> • Servicios especiales de transporte acuático

* Aplican en el caso de Estudio, dentro de la zona de estudio, municipio y la región.

Fuente: Fascículo VIII Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios, SECTUR, s. f.

Visto lo anterior, queda ahora por resolver si existe o no una infraestructura turística, en primer lugar cabe decir que no, cuando bajo el título de infraestructura se quiere involucrar a los restaurantes u hoteles, por que ya se han catalogado como equipamiento, en segundo termino queda claro que bajo ningún concepto, la infraestructura externa puede ser turística, por que perdería su condición de generalidad, pero al llegar al tercer nivel (infraestructura interna) nos encontramos con que efectivamente es correcto hablar de una infraestructura turística, tal es el caso de todas las redes que hay que construir en un resort o en las partes turísticas de un parque nacional, así como los tramos carreteros que hay que trazar como desvíos para acceder exclusivamente a un atractivo turístico.

Al decir que existe una infraestructura turística interna, se esta creando una nueva forma de calificación a partir de la fuente de financiamiento y del usuario principal, su utilidad reside en que puede servir para definir el carácter de las inversiones y el ámbito de sus beneficios, en las tareas de evaluación y formulación de los proyectos turísticos, pero su existencia no invalida a los sistemas que se manejan en urbanismo y planeamiento del territorio, de los cuales el siguiente cuadro se presenta una síntesis que pueden resultar útil para su aplicación al campo turístico.

1.6.4 La Superestructura

Para que el sistema turístico funcione adecuadamente, requiere además de la infraestructura, del auxilio de un subsistema superior que regule todo el sistema, al que llamaremos superestructura.

La cual comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar cuando fuere necesario el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.

En cuanto al área de responsabilidad organizacional, la superestructura esta compuesta, por dos distintos tipos de agrupaciones:

- a) Las dependencias de la administración pública.
- b) Las organizaciones privadas.

De acuerdo con la importancia que el turismo tenga para el país, los organismos públicos responsables de la administración del sector turismo oscilan desde el nivel más alto, representado por la SECTUR Federal, pasando por la SECTUR Estatal, hasta llegar al nivel de Dirección u oficina de turismo municipal, en casi todos los casos sus funciones específicas son: la promoción turística dentro y fuera del país, el control de la calidad de los servicios, la fijación y el control de precios, la planificación del desarrollo, la promoción de inversiones de la actividad privada, el desarrollo del turismo social y, a veces, la construcción del equipamiento e instalaciones turísticas.

Por su parte la actividad privada participa en la superestructura a través de numerosas organizaciones que las empresas han creado para compatibilizar y defender sus intereses particulares, forman parte de ese conjunto las asociaciones de hoteleros, restauranteros, agentes de viajes, transportistas, guías turísticos, sin que exista por lo general, una organización que los represente a todos en su conjunto, igual que en otros sectores productivos como la industria y el campo, por que las cámaras de turismo están poco difundidas y las pocas que hay tienen poco peso político.

1.7. Las actividades turísticas potenciales dentro del circuito ecoturístico

En la actualidad el turista esta tomando conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y una mejor forma de asimilarlo es buscando el acercamiento con la naturaleza de una forma mas activa y directa, además de tener experiencias con las comunidades receptoras SECTUR (Fascículo I, 2004: p. 22). Esto da origen a una nueva preferencia de hacer turismo en una búsqueda por acercarse a la naturaleza

de una forma más directa y activa, pero a la vez más responsable, valorando y respetando las particularidades naturales y socioculturales autóctonas de los lugares visitados.

A esta nueva forma de hacer turismo, se le conoce como turismo alternativo, modalidad turística que plantea una interrelación más estrecha con la naturaleza, preocupada en la conservación de los recursos naturales y sociales del área en que se efectúa la actividad turística SECTUR (Fascículo I, 2004: p. 23).

Con el fin de facilitar la planeación y desarrollo de productos turísticos que atienda las exigencias, gustos y preferencias de quién demanda en el mercado turístico este tipo de servicios, la SECTUR ha buscado estandarizar y unificar criterios sobre el término Turismo Alternativo, para ello, ha basado su definición desde el punto de quién compra y efectúa el viaje, en tres puntos característicos:

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

De acuerdo a la SECTUR (Fascículo I, 2004: p. 23) define al turismo alternativo como los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales, se encuentra segmentado en tres tipos de turismo: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural.

El concepto de ecoturismo desde la perspectiva de que es un producto turístico SECTUR (Fascículo I, 2004: p. 24), está dirigido para aquellos turistas que disfrutan de la historia natural, y que desean apoyar y participar activamente en la conservación del medio ambiente, a la definición anterior sería conveniente agregarle de acuerdo con la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN 1997), el involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.

Éste segmento está compuesto por diversas actividades agrupadas de acuerdo a los elementos biológicos del espacio natural en que se desarrollaran dentro del circuito ecoturístico.

- Talleres de educación ambiental.
- Observación de fauna.
- Observación de flora.
- Safari fotográfico.
- Senderismo interpretativo.

En cuanto al segmento de turismo de aventura, el turista puede encontrar y satisfacer su búsqueda por mejorar su condición física, reducir la tensión y por lo tanto mejorar su estado emocional y físico, así como vivir la experiencia de logro, al superar un reto impuesto por la naturaleza, en donde la experiencia es sólo entre la naturaleza y el turista, por lo tanto quedan excluidas las competencias deportivas o denominadas actividades “extremas”, en donde el reto es contra el tiempo o contra el hombre mismo SECTUR (Fascículo I, 2004: p. 25).

Este segmento está compuesto por diversas actividades agrupadas de acuerdo al espacio natural en que se desarrollan: tierra, agua y aire, cabe mencionar que las actividades que en seguida se anotan, son las que habrán de desarrollarse en el circuito ecoturístico y están catalogadas dentro de actividades de tierra.

- Caminata.
- Escalada en roca.
- Ciclismo de montaña.
- Rappel.
- Cabalgata.

En cuanto al turismo rural, este segmento es el lado más humano del turismo alternativo, ya que ofrece al turista la gran oportunidad de experimentar el encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades que cohabitan en un ambiente rural y además lo sensibiliza sobre el respeto y valor de su identidad cultural, la SECTUR (Fascículo I, 2004: p. 29) lo define como los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma.

1.8 El circuito ecoturístico como producto turístico

Es importante tener claro el tipo de producto que se quiere promover, ya que en base a el, se podrá diseñar una organización capaz de desarrollarlo y gestionarlo con éxito, el resultado de éste paso ha de ser la definición clara del concepto de producto que es una definición doble porque incluye el punto de vista de la oferta y el de la demanda a la cual se dirige.

Respecto a la demanda de los visitantes al circuito ecoturístico como producto turístico según la SECTUR (Fascículo III, s. f.: p. 14), estos pueden buscar tres tipos de beneficios: funcionales, simbólicos y vivenciales:

- Los beneficios funcionales son aquellos que satisfacen necesidades elementales como alojamiento o comida, o aquellos que ofrecen ventajas en términos de comodidad y facilidad (cercanía, transporte cómodo, etc.)

- Los beneficios simbólicos responden a emociones, status y realización personal. Ej. utilizar servicios “exclusivos”, que el guía del tour o anfitrión sea una personalidad reconocida, visitar lugares que confieren status, etc.
- Los beneficios vivenciales están relacionados con los cinco sentidos del ser humano, es decir, experiencias y vivencias resultantes de la actividad turística. Ej. ofrecer experiencias únicas, especiales, poco comunes, que la experiencia sea segura, etc.

La mayoría de los productos turísticos ofrecen beneficios de los tres tipos, pero habrá productos que pondrán énfasis en los aspectos funcionales, otros en los simbólicos y otros en los vivenciales.

Por lo tanto la definición del circuito ecoturístico deberá ser la base para su posicionamiento, es decir, para desarrollar y proyectar una imagen de producto que resulte atractiva para el público objetivo diferenciándolo de la competencia que existe en la región principalmente en el corto plazo e incrementándose a nivel nacional e internacional en el mediano y largo plazo.

Tres elementos concentran la atención en el análisis de la oferta turística de una región según la SECTUR (Fascículo V, s. f.: p. 23): atractivos, infraestructura de apoyo y servicios complementarios. En conjunto los tres elementos conforman un producto turístico, el cual como se mencionó anteriormente constituye el punto básico para la conformación del circuito ecoturístico como producto turístico competitivo.

Las actividades susceptibles a desarrollarlo será en base a los recursos disponibles que conforman los atractivos de la región y su análisis integral se efectúa a través del inventario turístico, asimismo la identificación de las características básicas de los atractivos turísticos orienta el análisis de la infraestructura y servicios complementarios.

En cuanto a la planeación de un producto turístico existen dos niveles en los que hay que actuar para desarrollar el producto en una determinada región:

- Planificación física y proyectos de inversión: Consiste en alterar aspectos físicos del destino para crear y mejorar equipamientos y aumentar el atractivo de lugares.
- Desarrollo de productos comerciales: Consiste en identificar mercados a los que vender la oferta existente ligeramente modificada u organizada de diferente manera.

La planificación física de la región de estudio, tendrá que ver con la preparación de planes de uso del suelo, y la construcción de infraestructuras de acceso, transporte y telecomunicaciones, así como proporcionar suministros básicos tales como electricidad o agua potable, este tipo de planes, y las cuantiosas inversiones que suponen, serán en gran medida la responsabilidad del gobierno en sus tres niveles, siendo el gobierno municipal el gestor ante las instancias estatales y federales, además de encargarse de la conservación y puesta en valor del sitio como producto turístico.

Estas actuaciones tendrán que ir acompañadas de la promoción de la inversión privada para la construcción de atracciones y equipamientos de ocio (eco hoteles, zonas de ocio, etc.), respecto a las inversiones del sector privado estas se registrarán por criterios comerciales y estudios de viabilidad, pero las empresas deberán actuar en un marco legal y administrativo establecido por el municipio.

Por lo tanto la colaboración entre los gobiernos y el sector privado es esencial porque, la viabilidad de los proyectos empresariales dependerá con frecuencia de infraestructuras o servicios inexistentes que requieren inversión pública.

El cuanto al desarrollo de productos comerciales está basado en la oferta ya existente de atractivos, equipamientos y servicios, en destinos turísticos posicionados y que pueden ser:

- Agrupados y presentados de una forma que pueda ser percibida como algo nuevo o atractivo para segmentos específicos del mercado.
- Complementados con algunas atracciones nuevas, equipamientos, actividades, eventos y/o servicios dirigidos a mercados/segmentos específicos.

Todo esto con el objetivo de adaptar el producto existente a las nuevas condiciones de la demanda, mejorar la imagen del destino, atraer nuevos segmentos de mercado y mantener la posición competitiva⁶

⁶ En este caso se referencia para diferenciar los niveles de planeación, ya que en el caso de estudio este nivel no aplica.

Capítulo II Marco Histórico

2.1 El entorno mundial y nacional del turismo como actividad económica

El turismo en el inicio del siglo XXI es probablemente la actividad económica más importante del mundo, muchos países, entre ellos México han reconocido en las últimas décadas los beneficios que puede aportar a la economía y al desarrollo, según datos de 2005 establecidos en el informe El Turismo en México en 2005 Cifras Preliminares de la SECTUR (2005: p. 3).

Cifras preliminares la Organización Mundial de Turismo (OMT) estimó en 808 millones la cantidad de turistas que viajaron por todo el mundo, lo que representa un 5.6 por ciento más que en el 2004, como se puede observar en la siguiente gráfica que demuestra un crecimiento constante desde 1980 SECTUR (2005: p. 3).

Gráfico 2.1



Fuente: CESTUR (2000) Estudio de Gran Visión del Turismo en México: Perspectiva 2020

De acuerdo con el informe Turismo: Panorama 2020, de la Organización Mundial de Turismo, manifestado en el estudio de Gran Visión del Turismo en México: Perspectiva 2020 (CESTUR, 2000), las perspectivas para esta actividad en las próximas dos décadas son muy favorables, estimándose que para el año 2020 las

Llegadas de turistas internacionales se ubicarán por encima de 1,560 millones de dolares, en tanto que los ingresos turísticos alcanzarán los dos billones de dólares, con ello las llegadas de turistas internacionales observarán una tasa media de crecimiento anual del 4.1%, en tanto que los ingresos se incrementarán al 6.7% anual, no obstante la magnitud de estas cifras se reconoce que el turismo internacional aún tiene mucho potencial por explotar, ya que la población real que estará en condiciones de viajar en el año 2020 será el equivalente al 7% del total de habitantes a nivel mundial.

Diversos factores concurren a sostener el crecimiento del turismo a largo plazo. La creación de bloques comerciales y la creciente integración de la economía mundial se constituyen en fuerzas que apoyarán la expansión del turismo, más aún si van acompañadas de eliminación de barreras y desregulación del transporte.

Cabe señalar que las nuevas tecnologías de la información permitirán conocer a fondo los mercados y facilitarán el diseño de estrategias para captar segmentos, impulsar productos personalizados y monitorear su comportamiento para ajustar estrategias y acciones.

Los cambios demográficos en los principales países emisores de turismo internacional desempeñarán un papel muy importante en la estructuración del mercado en los siguientes años, al parecer el envejecimiento de la población y la reducción de la población activa en los países más avanzados inducirán un mayor volumen de viajes de placer, presionando a la creación de productos turísticos adecuados a estos segmentos.

Las transformaciones sociales también tendrán un impacto en la aparición de nuevas ofertas turísticas, serán más comunes las vacaciones monoparentales, del padre o la madre con sus hijos; los viajes de negocios; las vacaciones de mujeres; los viajes temáticos realizados con grupos de afinidad no necesariamente familiares.

El turismo se dirige hacia una economía de la experiencia que sustituirá paulatinamente a la economía de los servicios, el empeño estará orientado a favorecer experiencias únicas, ya que el turismo ha sido y es una de las actividades económicas más dinámicas y con mayor potencial de crecimiento a nivel mundial.

Diversas investigaciones y estudios señalan importantes contribuciones a la economía mundial y de México en particular la SECTUR a través del Centro de Estudios Superiores en Turismo, el Estudio de Gran Visión del Turismo en México, aporta información especializada para apoyar los procesos de toma de decisiones de corto, mediano y largo plazos para el desarrollo del turismo en el país hacia la perspectiva del año 2020.

Para 2005, la SECTUR (2005: p. 6), establece que el saldo de la balanza turística se incrementó en más de 300 millones de dólares, es decir, casi el 10 por ciento más que en el 2004, de esta manera, el turismo continúa siendo un aporte fundamental al financiamiento del déficit comercial de la economía mexicana, el superávit turístico representó en 2005 el equivalente al 55.4 por ciento del déficit comercial, que por otra parte disminuyó el 14 por ciento frente al 2004. En la generación de empleo, la actividad turística manifestó un crecimiento discreto entre el 2004 al 2005, las ocupaciones remuneradas se ciñeron a la misma tendencia, pero más conservadoramente, pues para el 2005 en el promedio anual se observó un crecimiento del 3.48 por ciento más que en el 2004.

Tal y como se observa en las siguientes tablas, México se ubica en el lugar número siete en llegada de turistas y en el lugar catorce en Ingresos por divisas Internacionales.

Tabla 2.1 Llegada de Turistas 2005		
Posición	País	Millones de Llegadas
1	Francia	76.0
2	España	55.6
3	Estados Unidos	49.4
4	China	46.8
5	Italia	36.5
6	Reino Unido	30.0
7	México	21.9
8	Alemania	21.5
9	Turquía	20.3
10	Austria	20.0

Fuente: CESTUR (2000) Estudio de Gran Visión del Turismo en México: Perspectiva 2020

Tabla 2.2 Ingreso de Divisas por Gasto de Visitantes Internacionales 2005		
Posición	País	Miles de Millones de Dólares
1	Estados Unidos	81.7
2	España	47.9
3	Francia	42.3
4	Italia	35.4
5	Reino Unido	30.4
6	China	29.3
7	Alemania	29.2
8	Turquía	18.2
9	Austria	15.5
10	Australia	14.9
11	Grecia	13.7
12	Canadá	13.6
13	Japón	12.4
14	México	11.8
15	Suiza	11.3
16	Países Bajos	10.5
17	Hong Kong	10.1

Fuente: CESTUR (2000) Estudio de Gran Visión del Turismo en México: Perspectiva 2020

2.2 Ecoturismo en México.

Tradicionalmente los segmentos de turismo dominantes en nuestro país son el turismo de sol y playa, arqueológico y cultural, sin embargo, a partir de las dos últimas décadas, México al igual que el resto del mundo ha experimentado un fenómeno turístico que cada día parece cobrar mayor auge: el ecoturismo y el turismo de aventura.

Existen estudios nacionales e internacionales (CESTUR 2006), que indican que el ecoturismo y el turismo de aventura resaltan entre las actividades con mayor potencial en el mercado turístico tanto nacional como internacional, paralelamente, también se observa que el número de actividades relacionadas con el ecoturismo y el turismo de aventura crece rápidamente en todo el mundo.

En el mundo existen más de 170 países, pero sólo 14 de ellos son considerados como megadiversos, México, además de ser uno de estos países que en conjunto alberga entre el 60 y el 70% de la biodiversidad total del planeta, (Carballo Sandoval, 2001) es el único país latinoamericano que figura entre los diez principales destinos turísticos del mundo. Como resultado de la firma del Convenio sobre Diversidad Biológica celebrado en 1992, México y otras 170 naciones del mundo se comprometieron a conservar la biodiversidad, utilizar de manera adecuada sus recursos biológicos, y compartir justa y equitativamente los beneficios derivados del uso de los recursos genéticos.

Paralelamente, existe una coincidencia geográfica entre los lugares con mayor biodiversidad, los sitios que presentan un atractivo para el desarrollo ecoturístico y las zonas rurales donde habitan comunidades de escasos recursos y necesitan de fuentes de empleo, esta coincidencia sugiere la posibilidad de desarrollar actividades en dichas regiones que generen beneficios nacionales y locales, tanto socioeconómicos como ambientales.

En este sentido es necesario aprovechar la coyuntura entre el surgimiento del ecoturismo, la importancia del mercado nacional de turistas, la necesidad de

conservar los recursos naturales y generar fuentes de empleo para las comunidades rurales, estos cuatro temas, requieren ser entendidos y puestos en el contexto nacional, por lo que es invaluable analizar la viabilidad del segmento de ecoturismo y turismo de aventura en nuestro país.

Para Ceballos Lascurain (1994), son muchos y muy diversos los atractivos en nuestro país, además de un clima en general benigno en la mayor parte de su extensión territorial; hermosas playas en ambos litorales con adecuada infraestructura hotelera para el turista que busca esparcimiento tradicional; pueblos y ciudades de gran belleza; un riquísimo patrimonio arqueológico que atrae visitantes de todos los rincones del planeta; arte virreinal prodigioso; manifestaciones de cultura vernácula y popular de gran diversidad y colorido; una gastronomía de fama mundial; y un pueblo que en lo general se caracteriza por su tradicional hospitalidad.

Lamentablemente no se han aprovechado adecuadamente estas potencialidades ya que hoy en día sólo el 5% del turismo, está representado por el ecoturismo, es necesario y prioritario por lo tanto, propiciar la consolidación de esta sana modalidad del turismo considerando sustancialmente los beneficios que puede aportar a la economía de la nación en general, y con especial énfasis a determinadas regiones marginadas. Como beneficios reales hacia éstas se puede señalar que tiene la capacidad para generar empleos en remotas comunidades, muchas de las veces poblaciones indígenas; promueve el aumento del nivel de vida de estas comunidades, que se traduce en la dotación de servicios elementales de agua potable, electrificación, educación, vivienda y salud.

Algo muy importante de considerar es que la conservación de los recursos naturales como gran parte de los atractivos turísticos, puede ser respaldada y financiada por el propio ecoturismo, ya que puede ser utilizado como un instrumento para la conservación y el manejo sustentable de las zonas forestales y la contribución de esta actividad al desarrollo turístico. El futuro del ecoturismo en este México es realmente promisorio, aunque su evolución ha sido lenta, pasiva y gradual, el pronóstico de su avance se presenta prometedor, la cercanía con los Estados Unidos

de Norteamérica y Canadá representa una ventaja estratégica en ese sentido Carballo (2001).

Por otro lado, es necesario manifestar que en los últimos quince años México ha adecuado gran parte de la legislación que incide directamente en la normatividad y regulación de la actividad turística, esto ha permitido una modernización y agilización de trámites y procedimientos legales por parte de entidades gubernamentales federales y estatales hacia empresas de servicios del ramo turístico, por ejemplo, la Ley Federal de Turismo, otorga facultades a las entidades federativas, siendo la SECTUR la que tiene la facultad de promocionar y coordinar, asimismo, y particularmente relevante para el ecoturismo, es la Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente (LGEEPA).

Las condiciones para que el ecoturismo se desarrolle en México están dadas, es imprescindible destacar que para asegurar su éxito se requiere de una adecuada administración y financiamiento que conduzcan a la conservación de los recursos naturales, los cuales representan su principal atractivo, la participación gubernamental en sus tres niveles es elemental, así como el involucramiento de los sectores social y privado y la sociedad en su conjunto.

La intervención del gobierno quedaría aislada si no existe la respuesta oportuna de la población y de empresarios turísticos para emprender acciones en favor del ecoturismo, contrariamente, las iniciativas y propuestas de proyectos de una comunidad o del sector privado empresarial no cristalizarían de no existir la adecuada atención del sector gobierno, tienen que existir, por lo tanto, relaciones recíprocas de trabajo, apoyo y entendimiento para garantizar el éxito de las empresas ecoturísticas. Es innegable entonces que gobiernos, sector empresarial y población tienen que unir esfuerzos para asegurar resultados positivos del ecoturismo en nuestro país.

2.3 Perfil del ecoturismo en México

Se establece que uno de los ejes de la política turística nacional dentro del programa nacional de turismo, es tener turistas totalmente satisfechos, por lo que con el objeto de apoyar el logro de este segundo eje rector, dentro del plan sectorial de turismo 2007-2012, se han establecido programas permanentes de medición de resultados, a través de estudio del perfil y grado de satisfacción de los turistas.

Estos estudios permiten monitorear la percepción de la calidad de los servicios turísticos y del destino y ha detonado diversas acciones, entre ellas generar una serie histórica de datos que sirve de base para la presentación de un análisis específico de gran precisión sobre la experiencia del ecoturista que nos visita.

La compilación de las bases de datos del sistema perfil y grado de satisfacción del turista, levantadas desde 2001 y hasta 2005 generó una muestra de 8345 encuestas que refieren a su motivo de viaje en México como “Ecoturismo”, en diferentes ciudades y destinos turísticos.

La SECTUR a través del CESTUR en el año de 2006, elaboro un estudio, el cual manifiesta los siguientes datos para su análisis:

RESULTADOS (CESTUR, 2006)

- 58% de los turistas nacionales son hombres, siendo una situación contraria para el caso del internacional, 50% mujeres.
- El turista nacional del segmento de edades entre 25 y 34 años (39.6%) es el que en su mayoría acude a este tipo de turismo, siendo el turista internacional de edad más avanzada respecto al nacional, 35 a 49 años (30.9%).
- Los turistas tanto nacionales como internacionales de este segmento cuentan con estudios universitarios (70 y 80%, respectivamente).
- Los principales emisores de ecoturismo nacional, de acuerdo a los resultados fueron el Distrito Federal (28%) y Jalisco (20%).

- Estados Unidos representa 71% del total de turistas internacionales del mercado ecoturístico en México.
- La mayoría de los turistas nacionales entrevistados que viajan con fines de ecoturismo, perciben más de \$40,000 pesos mensuales de ingreso, equivalente a \$43,636 USD anuales.
- Los turistas internacionales y nacionales prefieren acompañarse en sus viajes de ecoturismo con familiares (40% y 47%, respectivamente).
- Se destaca que el turista internacional viaja en mayor proporción en pareja con respecto a los nacionales (25% y 14%, respectivamente).
- Los turistas nacionales viajan en grupos de dos personas (27%), mientras los turistas internacionales lo hacen de forma individual (33%).
- El comportamiento de planeación de viaje para los turistas nacionales e internacionales es diferente, mientras el 33% de los turistas nacionales lo planean en menos de 15 días, el internacional lo planea de 1 a 3 meses.
- Las noches de estancia tanto para el turista nacional como internacional es de 7 a 10 (29% y 35%, respectivamente).
- En el caso de los turistas internacionales entrevistados que viajan con fines de ecoturismo, el ingreso de la mayoría, oscila entre los \$60,000 y \$79,999 dólares anuales.
- Más del 50% de los turistas entrevistados, muestran preferencia en comprar por separado los servicios turísticos.
- Se destaca que tanto el turista nacional como el internacional ha visitado el mismo destino más de 5 veces (30% y 34%, respectivamente del total de la muestra).
- Ambos segmentos de turistas prefieren hospedarse en hotel, sin embargo el turista nacional prefiere hoteles todo incluido (27%) en mayor proporción que el internacional (16%).
- Mientras que para el turista nacional el medio de consulta más utilizado es la T.V (34%), para el turista internacional es Internet (30%). Es importante resaltar

que los folletos sobre México son más consultados por el turista internacional que el nacional, (18% y 23%, respectivamente).

2.4 El Turismo en Hidalgo.

El sector turismo se ha consolidado como uno de los sectores más importantes de impulso económico en el ámbito nacional e internacional, dentro de esta dinámica, el estado de Hidalgo no ha sido la excepción, en los últimos años (2005-2007) este sector ha destacado como una actividad económica significativa que contribuye a la generación de un número importante de empleos.

Hidalgo cuenta con una infraestructura de 255 hoteles que contribuyen con un total de 6925 habitaciones, existiendo una ocupación promedio de 51%, asimismo, existen 888 restaurantes, 69 balnearios, 54 agencias de viajes, 5 ranchos cinegéticos, un campo de golf y 54 arrendadoras y transportadoras, mientras tanto como se puede observar en la tabla 2.3 existe un incremento gradual en la llegada de visitantes así como en la derrama económica (SECTUR Hidalgo, 2007).

Tabla 2.3 Visitantes y Derrama Económica de 2005 a 2007		
Año	Visitantes	Derrama Económica
2005	4,154,996 visitantes	\$681'653,248
2006	4,382,619 visitantes	\$766'675,124.5
2007 Hasta Semana Santa	1,260,000 visitantes	\$320'000,000

Fuente: Presentación PPT Turismo en Cifras, SECTUR Hidalgo 2007

La oferta turística del Estado se encuentra segmentada con base en su ubicación, infraestructura y características generales en las siguientes regiones turísticas (SECTUR Hidalgo 2007):

En la región de los balnearios, que abarca a los municipios de Ajacuba, Atotonilco de Tula, Cardonal, Chilcuautla, Huichapan, Ixmiquilpan, Tasquillo, Tecozautla y Tula de Allende, se encuentra el principal polo de atracción turística gracias a la excelente calidad y cantidad de manantiales de agua termal que alimentan estos parques acuáticos.

La región de la montaña cuenta con programas como los de Pueblos Mágicos, el de Campamentos, Haciendas y Casas Rurales lo que permitió consolidar el arraigo de la población a su comunidad, a través de la generación de empleo, al dar valor agregado a las áreas naturales con que cuentan. A esta región la integran Pachuca, Omitlán de Juárez, Mineral del Chico, Huasca de Ocampo, Mineral de la Reforma y Mineral del Monte.

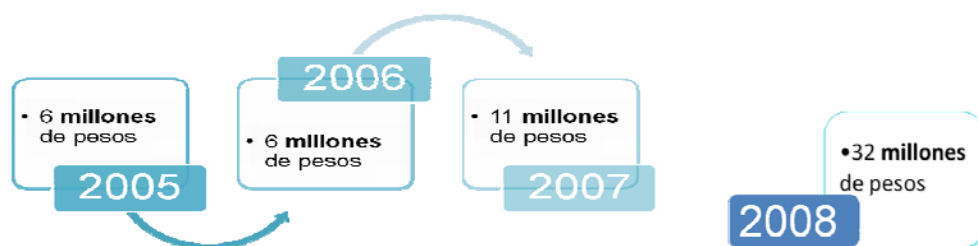
Acatlán, Acaxochitlan, Agua Blanca de Iturbide, Huehuetla, Metepec, San Bartolo Tutotepec, Tenango de Doria, Singuilucan y Tulancingo de Bravo, municipios ubicados en la parte centro oriente del estado, dan forma a la región de los cuatro elementos, llamada así porque en ella se pueden realizar actividades ligadas al aire, tierra, agua y fuego. Esta región se localiza actualmente el área de estudio, cuenta con innumerables atractivos naturales y culturales para crear una ruta de ecoturismo, así como turismo de aventura y rural.

La región sierra huasteca, que abarca municipios ricos en folklore, gastronomía y artesanías, se caracteriza por ser un polo atractivo para la inversión, debido a su amplia vocación ecoturística, comercial y manufacturera. En ella se localizan los municipios de Calnali, Huautla, Huejutla, Metztitlan y Molango

Derivado de la particular experiencia histórica que dejaron tras de sí los siglos XVI al XIX, la región de las haciendas, conformada por Apan, Epazoyucan, Tepeapulco y Zempoala, ha desarrollado una vasta manifestación cultural representada por la construcción de grandes haciendas que caracterizaron las relaciones sociales de la

época, existe por lo tanto un corredor de haciendas que agrupa a diez de ellas de las cuales se pueden visitar cuatro actualmente.

Esquema 2.2 Convenio Apoyos con el Consejo de Promoción Turística de México



Fuente: Presentación PPT Turismo en Cifras, SECTUR, Hidalgo 2007

Por otra parte, el gobierno estatal ha puesto un especial énfasis en la promoción del turismo, para ello por una parte, se gestionaron recursos federales, como se muestra en el esquema 2.2 y la tabla 2.4, el impuesto de hospedaje cuya función es la promoción y difusión de los destinos turísticos del estado a través de un fideicomiso integrado por la propia SECTUR del Estado, la Secretaría de Finanzas y la Asociación de Hoteles y Moteles del Estado de Hidalgo.

Tabla 2.4 Convenio de Coordinación y Reasignación de Recursos e Impuesto del 2% al hospedaje	
Convenio de Coordinación y Reasignación de Recursos	
Año	Importe
2005	\$ 20,235,601.00
2006	\$12,500,000.00
2007	\$47,750,000.00
2008	\$98,000,000.00
Continúa.....	

Tabla 2.4 Convenio de Coordinación y Reasignación de Recursos e Impuesto del 2% al hospedaje	
Impuesto del 2% al hospedaje	
2005	\$ 2'957,549.28
2006	\$ 3'615,913.59
2007	\$ 3,550,932.15 hasta el Mes de Octubre

Fuente: Presentación PPT Turismo en Cifras, SECTUR Hidalgo 2007.

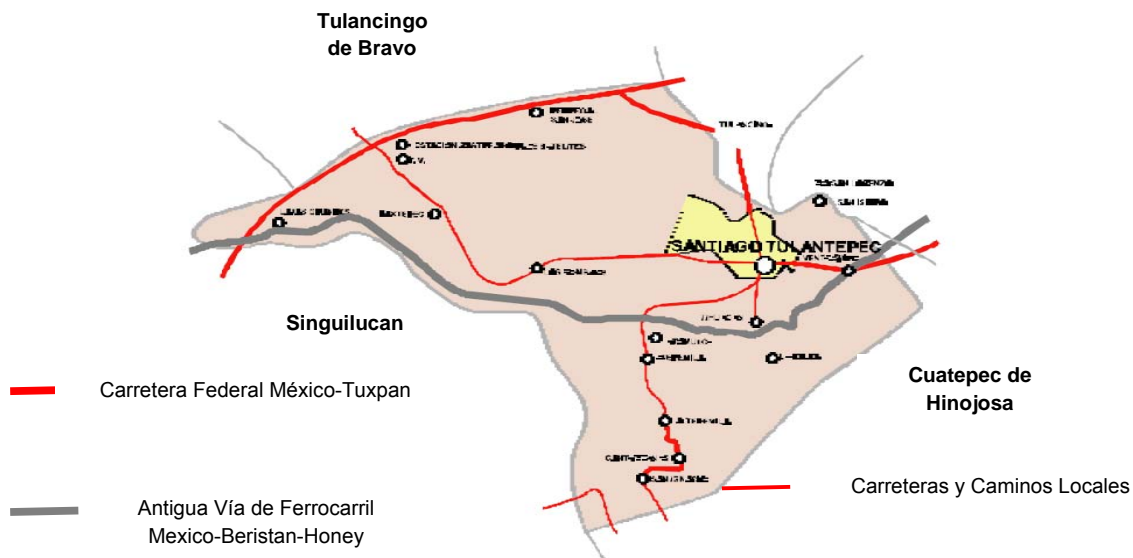
El gobierno de la entidad tiene como uno de sus objetivos el consolidar al estado como un atractivo destino turístico en la región centro del país, el cual ofrezca al viajero diversas alternativas en las facetas de turismo alternativo, negocios, cultural y familiar, así como el de promover un desarrollo sustentable y con respeto al entorno ecológico, para el logro del objetivo se considera que se deben cumplir los requerimientos necesarios en lo relativo al diseño de la infraestructura, oferta en la calidad de atención y eficacia en el servicio a los clientes, de ahí la importancia del presente estudio para ampliar la oferta turística de la región y del estado fortaleciendo el desarrollo económico de manera sustentable a través de la definición de estrategias, programas y acciones que orienten a los responsables y agentes de la actividad turística.

Capítulo III. Diagnóstico Estratégico.

3.1 Descripción del sitio

El municipio de Santiago Tulantepec, cuenta con una extensión territorial de 90 kilómetros cuadrados y representa el 0.37% de la superficie total del estado de Hidalgo, se localiza a una distancia de 51 kilómetros de Pachuca, la capital del estado, se encuentra a una altura sobre el nivel del mar de 2,180 metros y sus coordenadas geográficas extremas son latitud norte 20° 02' 18", longitud oeste 98° 21' 21" respecto al meridiano de Greenwich, colinda al norte con el municipio de Tulancingo de Bravo; al este con el municipio de Cuatepec de Hinojosa; al sur con los municipios de Cuatepec de Hinojosa y Singuilucan; al oeste con los municipios de Singuilucan y Tulancingo de Bravo (Gobierno del Estado de Hidalgo, 2007).

Mapa 3.1 Municipio de Santiago Tulantepec.



Fuente: Monografía del Municipio, Gobierno del Estado de Hidalgo

Ubicado en el eje neo volcánico, formado en su mayoría por llanuras y lomeríos, que representan el 85%, y el resto comprende 15% de pendientes menores, sus

elevaciones son; el cerro el Campanario, cuenta con una altura de 2,500 metros sobre el nivel del mar; y el cerro San José, el cual tiene una altitud de 2,720 metros sobre el nivel del mar, estos son los puntos representativos en cuanto a elevaciones se refiere en el municipio de Santiago Tulantepec.

Las corrientes, manantiales y afluentes de agua que se encuentran dentro de Santiago Tulantepec, son los que a continuación se detallan; en primer lugar y debido a la importancia que tiene para el municipio se hace referencia del río San Lázaro que baña las zonas dedicadas al cultivo principalmente, ya que cruza físicamente parte del municipio; los manantiales que tiene para su abastecimiento de agua son; los Cangrejos, la Zorrilla y Ventoquipa, de los cuales se extrae agua para los diversos usos y necesidades de la comunidad.

El clima es templado, registra una temperatura media anual de entre 15° y 10° centígrados y tiene una precipitación pluvial al año de 500 a 850 mm aproximadamente, el periodo de lluvias se presenta entre los meses de mayo y septiembre.

La flora se compone de abundantes recursos naturales que se encuentran principalmente internados en las zonas boscosas existe una gran variedad de arboles, entre la clasificación de coníferas se destacan los siguientes; pino, oyamel, encino, cedro, ocote, además de otras variedades como el fresno, en las zonas áridas es común encontrar cierto tipo de cactáceas, también cuenta con árboles exóticos, de los cuales se extraen frutos como la manzana la pera y el membrillo. Las distintas variedades de flores son las que se pueden apreciar a las orillas de los caminos y carreteras, que son en su mayoría flores silvestres, cuyo colorido amarillo, blanco y rosa embellecen los campos. La fauna silvestre, es la que a continuación se menciona; conejo, ardilla, roedores, colibrí, gorrión, pájaro carpintero y especies de plumaje, víbora, lechuza, tejón, codorniz, palomas, tlacuache, zopilote, así como una gran variedad de insectos.

Los suelos guardan las siguientes características, las cuales determinan propiamente su uso y representan porcentualmente las siguientes proporciones; tipo luvisol, representan el 60% de la superficie, cambisol 15%, feozem 15% y vertisol 10%, de acuerdo a la superficie utilizada para cada actividad su orden es el siguiente: agrícola, pecuario y forestal.

Actualmente la población de Santiago Tulantepec alcanza los 26,254 habitantes, de los cuales 12,500 son hombres y 13,754 son mujeres el índice de masculinidad es de 90.88 hombres por cada 100 mujeres, la densidad poblacional es de 292.04 habitantes por kilometro cuadrado. En lo relacionado con la vivienda se localizan un total de 6,025 viviendas particulares con un promedio de 4.34 habitantes por vivienda.

En el ámbito educativo este municipio cuenta con el nivel básico de educación y medio superior, es decir tiene instalaciones de preescolar, primaria, secundaria, bachillerato y capacitación para el trabajo, su planta educativa esta constituida por; 18 escuelas preescolares, 24 escuelas primarias, y 16 escuelas secundarias, las escuelas atienden un total 15,299 alumnos distribuidos de la siguiente manera: 720 alumnos en preescolar, 13,855 alumnos de nivel primaria y 1320 alumnos de nivel secundaria, además de un bachillerato donde se atienden a un promedio de 800 jóvenes del municipio y municipios colindantes, en esta institución se ofrece las carreras técnicas de Programación Fiscal y Contable, Procesos de Producción, y Desarrollo Forestal.

El municipio tiene los siguientes servicios; energía eléctrica, cubriendo y abasteciendo de energía en un 96% al municipio, teléfono, el cual comunica y brinda servicios a 5 localidades, el agua potable registra una cobertura por lo menos de 2,279 viviendas, 1,491 terrenos, 351 tomas públicas, el drenaje solo es disponible en zonas urbanas, el cual esta conectado a la red pública, fosas sépticas y al río o en su caso a barrancos, cuentan con una oficina de telégrafos, en servicio de correo se cuentan con 3 oficinas postales.

Los cultivos que se siembran y cosechan en el municipio, son el maíz como principal cultivo, siendo este es el producto que más hectáreas ocupa en producción, que junto a la cebada en grano, frijol, avena forraje, trigo en grano, maíz forraje, alfalfa verde se cultivan en el municipio, la explotación forestal se obtiene de coníferas y latifoliadas. El tipo de ganado existente en el municipio es bovino, porcino, ovino, caprino aves, guajolotes y abejas, predomina el ganado ovino en cabezas de ganado en relación con el ganado bovino y porcino, las aves comprende lo que son; gallinas, gallos, pollas y pollos, guajolotes.

En cuanto a atractivos turísticos, se encuentran: los ahuehuetes, en este lugar se puede acampar y pasar un buen día de campo, los ahuehuetes más grandes que se encuentran en Ventoquipa tienen una circunferencia aproximada de 4.80 mts. y una altura de mas 30 mts; otro atractivo turístico son los manantiales los cangrejos, éste lugar es recomendable para aquellas personas que desean pasar un día agradable en compañía de sus familiares en un lugar fresco en donde abunda el agua, y donde muy cerca se encuentran los ahuehuetes, la peña del sol es otro de los atractivos con los que cuenta el municipio, es conocida con este nombre ya que sus características son entre otras, una peña elevada que tiene una pintura rupestre que representa al sol y la luna, desde arriba de ésta peña se puede apreciar la panorámica del Valle de Tulancingo, a 15 minutos aproximadamente se encuentra “El Salado”, donde se observa al llegar una barranca de piedras encimadas, así como una poza de agua salada que emana de entre las rocas, las cuevas de Tilhuacán es un lugar donde se podrá hallar gratas sorpresas.

En el mes de Febrero se lleva a cabo el tradicional carnaval, el cual se celebra desde hace más de cincuenta años, con grupos de danzantes de la región Otomí Tepehua del estado, la tradicional feria que conmemora a su Santo, “Santiago Apostol” el día 25 de julio, dentro del programa que abarca una semana, se celebran la tradicional cucaña, la cual se desarrolla en un estanque de agua, donde se coloca un palo encebado de manera perpendicular y los participantes lo ascienden hasta que alguno de ellos logre tomar la bandera que se encuentra al final del palo con una longitud de

6 metros, así mismo la pamplonada, donde se cierra la avenida más importante del municipio y se sueltan a seis novillos de mas de 400 kilos, que durante dos horas recorren la avenida, en este evento se dan cita mas de diez mil visitantes, siendo la tradición con mayor renombre que se celebra desde hace mas de treinta años. En apoyo al deporte de alto rendimiento el municipio lleva a cabo año con año la carrera de Down Hill (carrera de ciclismo descenso de montaña), lo que sin duda permite desarrollar y promover el turismo de aventura en la región.

En cuanto a la planta turística, ésta se encuentra en el municipio de Tulancingo, teniendo una capacidad hotelera compuesta de 11 hoteles clasificados según su categoría, la cual va de una a cuatro estrellas, cuenta con 2 agencias de viajes importantes, además de otras pequeñas agencias que brindan el servicio, así mismo cuenta con una gran variedad de establecimientos de alimentos y bebidas que satisfacen las necesidades de los habitantes de la región y visitantes.

3.2 Diagnóstico preliminar del sitio

En este apartado se realizó una evaluación de la oferta y demanda turística del municipio donde se pretende desarrollar el circuito ecoturístico, así como el municipio de Tulancingo, donde se encuentra en su mayoría la planta turística que servirá de base y apoyo al diagnóstico estratégico.

3.2.1 Recursos naturales y culturales

Aunque ya se hizo mención en el apartado anterior, respecto a los atractivos turísticos del municipio, esta información no esta lo suficientemente actualizada, por lo cual se procedió a levantar un Inventario Turístico⁷ de los recurso naturales y culturales del municipio y de aquellos que se encuentran ubicados en la zona donde se pretende llevar a cabo el circuito ecoturístico.

⁷ Ver Anexo 1 Inventario Turístico, formato tomado de SECTUR (s.f.).

Análisis del sitio

Tipo de Atractivo: Natural
Nombre del Atractivo: Criadero de venado cola blanca.



Descripción: Es un criadero cuyo mantenimiento esta a cargo de autoridades ejidales, se encuentra inmerso dentro de zona boscosa del Ejido de Los Romeros, el cual próximamente será transformado en un parque ecoturístico, con una inversión inicial de \$3, 000,000.00 a partir del mes de mayo del presente año, se practica la observación de flora y fauna.

Evaluación del Sitio: Se llega por camino de terracería la cual esta próxima a asfaltar, se encuentra a una distancia de 4 Km. de la autopista México Tuxpan. En cuanto a señalización actualmente es casi nula. Es importante mencionar que ante el Secretario de Turismo del estado de Hidalgo, fue presentado el proyecto de un parque ecoturístico, cuyo propósito principal será aprovechar de manera sustentable los recursos forestales del ejido, así como de los venados cola blanca, incrementando la oferta turística, y generar por lo tanto una mayor demanda de visitantes, incrementando la derrama económica que permita dar mantenimiento, seguridad y alimentación a la unidad de medio ambiente, así como la generación de empleos para los habitantes del municipio y de la región.

Mercado: Alrededor de 3000 visitantes (Municipio de Santiago Tulantepec, Edición 2007-2008) dado su escasa promoción, por lo mismo que no es conocido, las visitas son ocasionales y en su mayoría por gente de las comunidades cercanas, principalmente en semana santa.

Análisis del sitio

Tipo de Atractivo: Natural Histórico-Monumental

Nombre del Atractivo: Peña del sol



Descripción: Peña elevada en donde se encuentra una pintura rupestre que representa al sol, y una vez estando en la parte superior se puede observar un hermoso panorama, se puede practicar el ciclismo de montaña, senderismo, rappel, y escalada.

Evaluación del Sitio: Se encuentra a la intemperie, su acceso es por camino de terracería a 25 minutos de la cabecera municipal, en términos generales su estado es bueno y libre de contaminación, rodeado de un pequeño valle y zona boscosa, no existe señalización referente a la ubicación del sitio.

Mercado: Muy pocos visitantes dado su escasa promoción, por lo mismo que no es conocido las visitas son ocasionales y en su mayoría por gente de las comunidades y municipios cercanos, en los fines de semana.

Análisis del sitio

Tipo de Atractivo: Natural

Nombre del Atractivo: El Salado



Descripción: Nombre que se le da al lugar por contar con una poza de agua salada que emana del suelo, se puede practicar la caminata, ciclismo y la observación de campo.

Evaluación del Sitio: Se accede a través de un sendero en buenas condiciones para la práctica del senderismo y ciclismo de montaña, se encuentra inmerso dentro de zona boscosa y una pequeña barranca, no hay referente de señalización para la ubicación del sitio.

Mercado: Muy pocos visitantes dado su escasa promoción.

Análisis del sitio

Tipo de Atractivo: Histórico-Monumental

Nombre del Atractivo: Ex-Hacienda Palpa



Descripción: Ex hacienda productora de pulque, ubicada en un hermoso valle ubicado en la cima de una montaña, donde se puede apreciar el Valle de Tulancingo, aún se realiza actividades agrícolas y ganadera en menor proporción, se encuentra en la cima de una montaña en un valle elevado y con la apreciación de otras montañas boscosas de mayor altitud, excelente para un hostel o pequeño hotel.

Evaluación del Sitio: Se encuentra semiabandonada de su actividad principal pero aún se le visita y da mantenimiento por parte de sus propietarios, existen 2 caminos para llegar al lugar, uno de muy difícil acceso aunque más corto, factible para la practica del ciclismo de montaña, el otro mas largo pero de más fácil acceso. No existe planta turística en por lo menos 5 Kms; no cuenta con la referencia de señalización de la hacienda aunque si de la comunidad.

Mercado: Demanda casi nula por el desconocimiento de su potencial turístico por parte de las autoridades y de sus propietarios, se realiza la observación pero por la gente del municipio, o municipios colindantes que realiza caminata o atletismo pero solo como punto de referencia, año con año se celebra la carrera de Down Hill como punto de partida.

Análisis del sitio

Tipo de Atractivo: Natural

Nombre del Atractivo: Sendero de la Barranca



Descripción: Pequeña barranca donde existe un sendero para recorrerlo y disfrutarlo durante las temporadas de sequia, se utiliza naturalmente para la recolección de las aguas pluviales, se puede practicar el senderismo, observación de flora y fauna, tirolesa y rappel.

Evaluación del Sitio: Bueno en términos generales, ya que se puede encontrar distintos tipos de flora y fauna del lugar, existen además algunas pequeñas montañas de arena, y algunas pequeñas cuevas durante su trayecto, se puede acceder utilizando el camino que antes fuera las vías del ferrocarril, y que servirá para el sendero interpretativo y por terracería, no existe planta turística a menos de 4 kms; no hay referente de señalización a la ubicación del sitio.

Mercado: Bajo, dado el desconocimiento de su potencial, solo recorrido por habitantes del lugar para esparcimiento familiar.

Análisis del sitio

Tipo de Atractivo: Natural

Nombre del Atractivo: Cuevas Ejido Tilhuacán



Descripción: Pequeñas cuevas que pueden ser visitadas para su observación.

Evaluación del Sitio: Bueno aunque le falta un poco de mayor cuidado, ya que se encuentra muy cerca de la comunidad de Tilhuacán y por lo tanto esta un poco contaminado, pero con posibilidades de rescatarse, su acceso es por carretera asfaltada de la cabecera municipal, además de que están justo a un lado de lo que eran las vías del ferrocarril y por lo tanto de lo que sería el sendero principal del proyecto, no existe planta turística a menos de a 3kms del lugar, no hay referente a la ubicación del sitio, pero si para llegar a la comunidad.

Mercado: Ocasionalmente son visitadas principalmente por gente del municipio y municipios conurbados.

Análisis del sitio

Tipo de Atractivo : Naturales

Nombre del Atractivo: Manantiales Los Cangrejos



Descripción: Es un manantial de agua fresca que brota en la comunidad, su uso es productivo ya que en su mayoría se utiliza para potabilizarla y entubarla para consumo domestico, además del riego de sembradíos, y para actividades recreativas por habitantes de la comunidad, del municipio y por visitantes, se considera como el atractivo mas importante del municipio.

Evaluación del Sitio: Bueno aunque le falta un poco de mayor infraestructura y cuidado para ampliar la planta Turística, se encuentra dentro de la comunidad de Ventoquipa, en donde existe además una ex estación de ferrocarril, en relación a la planta turística existe muy poco dentro de la zona, principalmente fondas de antojitos regionales, existe señalización referente a la ubicación del sitio, la carretera es asfaltada de fácil acceso por la cabecera municipal.

Mercado: En la gran parte del año es visitado por gente de la región y en semana santa llegan de otros estados principalmente el Estado de México.

Análisis del sitio

Tipo de Atractivo: Natural

Nombre del Atractivo: Los Ahuehuetes



Descripción: Paisaje de arboles antiquísimos, su uso es simplemente de conservación ambiental, los ahuehuetes más grandes tienen una circunferencia aproximada de 4 mts; y una altura de 30 mts; ideal para un buen día de campo.

Evaluación del Sitio: El camino es un sendero de fácil acceso a unos metros de la carretera que viene de la cabecera municipal a la comunidad, se encuentra algo contaminado principalmente de basura, esta cerca del manantial los Cangrejos, existen principalmente algunas fondas de antojitos en la comunidad, no hay señalización referente a la ubicación del sitio.

Mercado: Muy pocos visitantes dado su escasa promoción, utilizada principalmente por los residentes del municipio, por lo mismo que no es conocido, las visitas son ocasionales y en su mayoría por gente de las comunidades cercanas los fines de semana y semana santa.

Análisis del sitio

Tipo de Atractivo: Cultural

Nombre del Atractivo: Pamplonada



Descripción: Es una tradición española traída al municipio por los dueños de la fábrica de casimires Santiago Textil, se lleva a cabo en las festividades del Santo Patrono Santiago Apóstol.

Evaluación del Sitio: Se sueltan de cuatro a seis toros de mas de 400 kilogramos de peso, dentro de una encerrona callejera, durante dos horas y media, se celebra el 25 de Julio de cada año, en la cabecera municipal, se accede por la carretera federal México-Tuxpan entroncando hacia el libramiento que lleva a la carretera local al municipio, se realiza dentro de la principal avenida de la cabecera municipal, solo existen tres eventos en el país, situándose en el tercer lugar, por debajo de Huamantla Tlaxcala y San Miguel Allende Guanajuato.

Mercado: Visitantes nacionales durante las festividades, su promoción es por televisión nacional abierta.

Análisis del sitio

Tipo de Atractivo: Cultural

Nombre del Atractivo: La Cucaña



Descripción: Evento cultural que se lleva a cabo en las festividades del Santo Patrono Santiago Apóstol, se realiza arriba de un palo encebado de grasa con una longitud de 8 metros, inclinado arriba de un estanque de agua, en el cual los participantes deben de alcanzar la bandera que se encuentra al final, además de otras actividades de natación.

Evaluación del Sitio: Se realiza en un estanque de agua que sirve para proveer el líquido a la fábrica de casimires Santiago Textil así como de energía para el funcionamiento de la misma, se llega por la carretera federal México-Tuxpan y luego se toma el libramiento que lleva a la carretera Local al Municipio, se celebra el 24 de Julio de cada año, se instalan el día del evento puestos que exhiben y venden gastronomía de la región, no hay referente a la ubicación del sitio, no se conoce otra actividad similar en el país

Mercado: Visitantes nacionales durante las festividades en las vacaciones de Julio específicamente el en la semana del 25 de Julio día del Santo Patrono.

Análisis del sitio

Tipo de Atractivo: Cultural

Nombre del Atractivo: Festival Carnaval de Mascaritas



Descripción: Evento Cultural que se lleva a cabo en las festividades de cuaresma en mes de febrero o marzo, según el calendario litúrgico.

Evaluación del Sitio: Se realiza en las principales calles de la cabecera municipal, con más de 55 años se ha forjado esta tradición, donde se dan cita jóvenes y adultos portando trajes de luces y mascararas vistosas.

Mercado: Visitantes de la región, durante las festividades.

Análisis del sitio

Tipo de Atractivo: Cultural

Nombre del Atractivo: Santuario de la Virgen de Fátima



Descripción: Pequeño santuario en honor a la virgen de Fátima, que se apareció en el año de 1962 en la loma conocida como La Palma, es visitada todo el año por los fieles creyentes del municipio y de la región.

Evaluación del Sitio: Ubicada en la colonia Alta Luz, carretera Santiago-La Joya, el lugar es pequeño, en condiciones muy rusticas.

Mercado: El 13 de febrero se lleva a cabo la celebración religiosa, y es visitado por gente de la región.

De acuerdo con la información suministrada por la Dirección de Turismo de Santiago Tulantepec y de la Secretaría de Turismo de Hidalgo, además de la obtenida a través del levantamiento del inventario turístico, los atractivos turísticos del municipio están integrados por trece, cuya clasificación es la siguiente:

Tabla 3.1 Tipos de atractivos	N°	%
Natural	7	53.85%
Histórico monumental	1	7.69%
Natural-histórico monumental	1	7.69%
Cultural	4	30.77%
Total	13	100%

Fuente: Elaboración propia, con información recabada en el inventario turístico e información proporcionada por la Dirección de Turismo de Santiago Tulantepec.

Tabla 3.2 Sitios naturales	N°	%
Fauna	1	14.28%
Flora	2	28.60%
Barrancas	1	14.28%
Pozas	1	14.28%
Cuevas	1	14.28%
Manantiales	1	14.28%
Total	7	100%

Fuente: Elaboración propia, con información recabada en el inventario turístico e información proporcionada por la Dirección de Turismo de Santiago Tulantepec.

Tabla 3.3 Sitios naturales-histórico monumentales	N°	%
Peña-pinturas rupestres	1	100%

Fuente: Elaboración propia, con información recabada en el inventario turístico e información proporcionada por la Dirección de Turismo de Santiago Tulantepec.

Tabla 3.4 Recursos culturales	N°	%
Expresiones folklóricas	1	25%
Arquitectura religiosa	1	25%
Tradiciones	2	50%
Total	4	100%

Fuente: Elaboración propia, con información recabada en el inventario turístico e información proporcionada por la Dirección de Turismo de Santiago Tulantepec.

Tabla 3.5 Nombre de los Atractivos	N°
Criadero de venado cola blanca (flora)	1
Criadero de avestruz (flora)	1
La Piedra del Sol (peña-pinturas rupestres)	1
Ex-hacienda Palpa (histórico monumental)	1
Cuevas de Tilhuacán (cuevas)	1
Sendero de la Barranca (barranca)	1
El Salado (montaña-pozas de agua)	1
Manantiales “los Cangrejos” (manantiales)	1
Los ahuehuetes (flora)	1
Capilla Virgen de Fátima (arquitectura religiosa)	1
Carnaval de Mascaritas (expresión folklórica)	1
Pamplonada (tradición)	1
La cucaña (tradición)	1
Total	13

Fuente: Elaboración propia, con información recabada en el inventario turístico e información proporcionada por la Dirección de Turismo de Santiago Tulantepec.

Como se puede observar, en las tablas anteriores, del total de los atractivos, el 53.85% corresponde a sitios naturales (accidentes geográficos de interés para el turismo), el 30.77 % está representado por recursos culturales (realizaciones tangibles o intangibles de una comunidad), el 7.69% a sitios histórico monumentales (ex-hacienda) y por último el 7.60% a sitios naturales-histórico monumentales (peña con pinturas rupestres).

3.2.2. Planta turística

La oferta de servicios turísticos y otras facilidades es bastante reducida en el municipio y los pocos establecimientos que funcionan lo hacen de manera informal orientados a atender las necesidades de la población más que de los visitantes. Santiago Tulantepec, no cuenta con establecimientos de alojamiento colectivo para visitantes; cuando por cualquier razón se requiere este servicio, se presta en casas de familias que hospedan al visitante.

Por ello, dado que el municipio se encuentra ubicado en la región del Valle de Tulancingo, a una distancia de cinco kilómetros, depende en gran medida de la

infraestructura y estructura de Tulancingo, para la prestación de servicios turísticos, por lo tanto se obtuvo información de este municipio para respaldar la planta turística.

Esta consta de la existencia de un total de 12 hoteles con categoría, y los cuales están distribuidos de la siguiente manera, 3 son Categoría Cuatro Estrellas, 1 Categoría Tres estrellas, 5 Categoría 2 Estrellas, y 3 Categoría Una estrella y en total en la Región se cuentan con 404 Habitaciones.

Cuadro 3.1 Planta hotelera					
Nombre	Categoría	Razón Social	Operación	Núm. de habts.	Certificación Distintivo M y H
La Joya	4 estrellas	Hoteles La Joya S.A. de C.V.	Independiente	45	M y H
Servicios adicionales: Bar, caja de seguridad, estacionamiento, lavandería, niñera, restaurante, room service, salón para eventos, servicio médico, t.v., taxis, t.v. por cable; tarjetas de crédito: American Express, Mastercard, Visa, Bancomer, Banamex, Carnet, cheque de viajero, cambio de moneda					
Hotel Colonial	4 estrellas	Hotel Genisa S.A. de C.V.	Independiente	65	M y H
Servicios adicionales: bar, caja de seguridad, estacionamiento, lavandería, niñera, restaurante, room service, salón para eventos, servicio médico, t.v., taxis, t.v. por cable; tarjetas de crédito: American Express, Mastercard, Visa, Bancomer, Banamex, Carnet,, cheque de viajero, cambio de moneda.					
Hotel Americano	1 estrellas		Independiente	24	
Servicios adicionales: tv por cable.					
Hotel Posada Tulancingo	3 estrellas	Operadora de Hoteles		21	
Servicios adicionales: caja de seguridad, estacionamiento, t.v. por cable; tarjetas de crédito: Mastercard, Visa					
Hotel V.M.	2 estrellas	Hotel Genisa S.A. de C.V	Independiente	70	M
Servicios adicionales: aire acondicionado, estacionamiento, salón para eventos, taxis, t.v. por cable.					
Hotel Los Ángeles	2 estrellas		Independiente	49	
Servicios adicionales: bar, lavandería, estacionamiento, restaurante, room service, tabaquería, taxis, t.v. por cable.					
continua.....					

Cuadro 3.1 Planta hotelera					
Nombre	Categoría	Razón Social	Operación	Núm. de habts.	Certificación Distintivo M y H
Hotel La Fuente	2 estrellas			45	M
Servicios Adicionales: aire acondicionado, estacionamiento, salón para eventos, t.v., taxis, t.v. por cable.					
Hotel Señorial	2 estrellas			130	
Servicios adicionales: caja de seguridad, restaurante, estacionamiento, t.v., taxis, tabaquería, t.v. por cable.					
Hotel Mediterráneo	4 estrellas	Hotel Mediterráneo S. A. De C.V		44	
Servicios adicionales: bar, caja de seguridad, estacionamiento, lavandería, restarante, room service, servicio médico, salón para eventos, t.v., t.v. por cable					
Auto Hotel El Pardo	2 estrellas				
Servicios adicionales: estacionamiento, t.v., tabaquería, t.v. por cable					
Auto Hotel del Bosque	2 estrellas				
Servicios adicionales: estacionamiento, t.v., t.v. por cable.					
Motel Media Luna	1 estrella		Independiente		
Servicios adicionales:					
Hotel Villa Magna	1 estrella			17	
Servicios adicionales: estacionamiento, t.v. por cable.					
Motel Paraíso	1 estrella		Independiente	11	
Servicios adicionales: estacionamiento, t.v., lavandería, salón para eventos, taxis t.v. por cable.					

Fuente: Elaboración propia, con información proporcionada por la Dirección de Turismo de Tulancingo de Bravo Hidalgo.

Respecto a restaurantes existe una variedad de cocinas, entre las que destacan la cocina regional y mexicana con 10 establecimientos, cocina internacional 1 establecimiento, mediterránea 2 establecimientos, pescados y mariscos 4 establecimientos, argentina 2 establecimientos, española 1 establecimiento y otros tipos de cocina 1 establecimiento.

Cuadro 3.2 Planta restaurantera			
Nombre	Especialidad	Servicios adicionales	Distintivo H
Restaurante Marambo	Pescados y mariscos	Servicio a domicilio, bar, aire acondicionado	X
Mariscos Los Veracruzanos	Pescados y mariscos	Estacionamiento, bar, aire acondicionado.	
Restaurante Arrecife Colonial	Pescados y mariscos	Reservación previa, bar, aire acondicionado	
	Cocina regional, cocina mexicana	Tarjetas de crédito: American Express, Mastercard, Visa, Bancomer, Carnet, Banamex, Cambio de Moneda.	X
Le Coin De La Crepe	Cafeterías	Servicio a domicilio, bar, área de juegos infantiles, aire acondicionado.	
El Mesón De Los Angeles	Cocina regional y argentina	Salones para banquetes, organización de eventos; tarjetas de crédito: visa, Bancomer, Banamex, Carnet	X
El Delfín	Pescados y mariscos	Salones para banquetes, servicio a domicilio, bar, área de juegos infantiles	
La Floresta	Cocina regional y mexicana	Reservación previa, salones para banquetes, servicio de música viva, bar.	
La Carreta	Cocina regional	Reservación previa, salones para banquetes, bar, organización de eventos.	
La Parroquia	Cocina mexicana	Reservación previa, bar.	
Cyprus	Cocina regional, mexicana y mediterránea	Salones para banquetes, estacionamiento, valet parking, bar, tarjetas de crédito: Master Card, Visa Bancomer, Banamex, Carnet, cheque de viajero, cambio de moneda.	
La Gavia	Cocina regional	Reservación previa, servicio de música viva, bar, organización de eventos.	
Mac Nick	Pescados y mariscos	Bar.	
			continua...

Cuadro 3.2 Planta restaurantera			
Nombre	Especialidad	Servicios adicionales	Distintivo H
La Casa De Costera	Cocina regional	Salones para banquetes, servicio a domicilio, servicio de música viva, estacionamiento, bar, área de juegos infantiles; tarjetas de crédito: Master Card, Visa, Bancomer, Banamex, Carnet,	
La Bodeguita	Cocina regional, mexicana, vegetariana, pescados y mariscos,	Reservación previa, salones para banquetes, servicio a domicilio, servicio de música viva, estacionamiento, valet parking, bar, área de juegos infantiles, organización de eventos, salón de juegos	X
Don Quijote	Cocina regional	Salones para banquetes, servicio de música viva, estacionamiento, bar.	
El Consentido	Cocina regional	Estacionamiento, bar, organización de eventos	
Buen Appetito	Cocina internacional e italiana	Servicio a domicilio, área de juegos infantiles	
El Sazón de la Abuela	Cocina regional	Organización de eventos, servicio de banquetes.	
Che. Taco	Cocina italiana y argentina	Reservación previa. Salones para privada, servicio de música viva, bar, área de juegos infantiles, venta de souvenirs, tarjetas de crédito: American Express, Master Card Visa	X
Las Delicias	Cocina regional, mexicana, española, vegetariana	Reservación previa, apartado de comida por teléfono, banquetes, taquizas, etc.	
Kentucky Friend Chicken	Comida rápida	Estacionamiento, área infantil.	

Fuente: Elaboración propia, con información proporcionada por la Dirección de Turismo de Tulancingo de Bravo Hidalgo.

También existen diversos establecimientos para el arrendamiento de autobuses, camionetas, autos entre otros, agencias de viajes en su mayoría emisoras, pero algunas con servicio de guías especializados para recepción de turismo en la región, además de algunos centros nocturnos con una gran variedad de música para todos los gustos.

Cuadro 3.3 Planta transportación turística		
Nombre	Tipo	Servicios Adicionales
“Turi Azteca”	Renta de autobuses especiales de turismo	Primeros auxilios, abordaje en domicilio
Bojorguez Tulancingo	Viajes	Tours guiados, guía, aire acondicionado, abordaje, paquetes promocionales, tarjetas de crédito: American Express, Bancomer
Autobuses Turísticos Teotihuacan	Autobuses especiales de turismo	Tours guiados, guía, aire acondicionado, servicio de edecanes, primeros auxilios, paquetes promocionales
Enlaces Turísticos	Autobuses comerciales, autobuses especiales de turismo, cruceros, ferris, embarcaciones	Tours guiados, aire acondicionado, cafetería a bordo, servicio de edecanes, primeros auxilios, transporte de equipo especial, paquetes promocionales, tarjetas de crédito: Visa, Bancomer
Delta Rent. a Car	Renta de automóviles	Combis o vans, limousines, autobuses, tarjetas de crédito: Mastercard, Visa

Fuente: Elaboración propia, con información proporcionada por la Dirección de Turismo de Tulancingo de Bravo Hidalgo.

Cuadro 3.4 Planta agencias de viajes		
Nombre	Tipo	Servicios Adicionales
Mex. Atlántica Mayorista	Tours operadoras, mayoristas, agencias especializadas, de convenciones, de turismo social, de turismo cinegético, de pesca deportiva, de buceo, de montaña, de campismo, de observación de la naturaleza, de travesías acuáticas, de safaris fotográficos, de paseos culturales.	Boletería aérea nacional e internacional, terrestre nacional e internacional, marítima transbordadores, marítima cruceros, guías de turistas, paquetes promocionales, sistemas de crédito, reservaciones en restaurantes, tours, tarjetas de crédito: American Express, Mastercard, Visa, Bancomer, Banamex, cheque de viajero, cambio de moneda.

continua.....

Cuadro 3.4 Planta agencias de viajes		
Nombre	Tipo	Servicios Adicionales
Explora Libre	Tour Operadoras, de Paseos Culturales.	Guías de turistas, paquetes promocionales, tours.
Cherry-Tours	Emisora, minorista	Boletería aérea nacional

Fuente: Elaboración del Autor, con información proporcionada por la Dirección de Turismo de Tulancingo de Bravo Hidalgo.

Cuadro 3.5 Planta discotecas y bares		
Nombre	Tipo	Servicios adicionales
Conceptos	Discoteque	Estacionamiento, guardarropa, organización de eventos, pantallas de videos.
El Viejo Almacén	Restaurant-bar	Aire acondicionado, estacionamiento, guardarropa, música en vivo, organización de eventos pantallas de videos, reservación previa, servicio de música viva, servicio de restaurante.
Tormenta Del Oeste	Discoteque	Estacionamiento, guardarropa, música en vivo, organización de eventos pantallas de videos, reservación previa, servicio de música viva, servicio de restaurante.
Cuartel De Villa	Bar	Aire acondicionado, estacionamiento, música en vivo, pantallas de videos, reservación previa, salones para eventos, servicio de música viva, servicio de restaurante, tarjetas de crédito: American Express, Master Card, Visa, Bancomer, Banamex, Carnet, cheque de viajero, cambio de moneda y en efectivo.
Revolución	Bar	Música en vivo, servicio de música viva, servicio de restaurante.

Fuente: Elaboración propia, con información proporcionada por la Dirección de Turismo de Tulancingo de Bravo Hidalgo.

En términos generales podemos catalogar a los servicios de buena calidad, principalmente enfocado a turismo familiar de clase económica media, pero con posibilidades de segmentar el mercado con la ampliación de la oferta turística con el desarrollo del circuito ecoturístico.

Por lo tanto en líneas generales, el sistema turístico de oferta, tiene un desajuste entre la oferta real con la potencial que generaría el circuito ecoturístico y su demanda efectiva, lo que deja claro que un incremento de los flujos turísticos permitiría que todas las empresas mejoraran su servicio, y en su caso se establezca planta especializada de acuerdo a los productos turísticos que se vayan conformando.

Por lo que es necesario, analizar con mayor profundidad los tipos de oferta y los segmentos de demanda, ya que los comportamientos no son iguales según el tipo de cliente, por lo que los esfuerzos de marketing deberán concentrarse principalmente en el turista que se hospeda en establecimientos turísticos, que además consume gastronomía de la región, y que realiza compras de servicios complementarios, con la intención de reforzar estas acciones con otras complementarias, dirigidas a los segmentos que no realizan gasto en alojamiento pero que si utilizan los demás servicios.

3.2.3 Infraestructura

En Santiago Tulantepec la infraestructura carretera es fundamental para garantizar el desarrollo económico, pues dependiendo de éste, se realiza el intercambio de bienes y servicios, además del traslado de personas, a la cabecera municipal de Santiago, así como las localidades de San Isidro, Los Romeros y Ventoquipa se ingresa a través de una carretera estatal, mientras que a las comunidades de Emiliano Zapata, San José, Habitacional del Bosque, Sangre de Cristo, Paxtepec y Las Lajas se comunican por medio de una carretera Federal.

Cabe mencionar que ocho localidades ya cuentan con un camino de terracería pero todavía se encuentran alejadas de la cabecera municipal; tal es el caso de la Palma, Felipe Ángeles, San Pedro Huatengo, San Miguel Huatengo, San Luís Buenavista, Altepemila, y Sayola.

De manera mas específica, dentro del municipio atraviesa la autopista Pirámides-Tulancingo, tramo correspondiente a la carretera México-Tuxpan, en la cual se encuentran sobre la orilla las comunidades de Las Lajas, y Paxtepec, adentrándose por carretera local asfaltada, esta la comunidad de Los Romeros, cabe hacer mención que se esta construyendo el libramiento que comunicara de la autopista a el municipio de Cuautepec, la cual entronca a la carretera Tepeapulco-Tulancingo, de donde se puede comunicar con varios municipios del sureste del estado, así como con algunos municipios del estado de Puebla, a una distancia de veinte minutos del entronque a las comunidades mencionadas, sobre la carretera México-Tuxpan, atravesara la autopista denominada Arco Norte cuya importancia es trascendental a nivel federal ya que permitirá una comunicación más eficiente entre los estados del centro del país, tal es el caso de Puebla, Tlaxcala, Estado de México, Hidalgo y Querétaro, dentro de los cuales se encuentran diversas autopistas y carreteras modernizadas que comunican a todas las regiones del país, referente a los caminos de terracería, si bien se encuentran en condiciones normales, requerirán una mayor inversión para la práctica de las diversas actividades determinadas en el planteamiento del producto turístico.

Por la proximidad con Tulancingo, Santiago Tulantepec se favorece de los servicios de transporte terrestre con la terminal de autobuses, para acceder por este tipo de transporte, se dispone de servicio intermunicipal que conecta la terminal con el municipio y otras localidades adyacentes. Dentro del municipio se cuenta con transporte de pasajeros con rutas establecidas, solo para algunas de sus localidades, para el resto se hace de manera informal, lo cual limita considerablemente el traslado de personas.

El desmantelamiento de las vías de ferrocarril se considerara como el principal sendero del circuito, el cual se encuentra transitable y optimo para su desarrollo, aunque en ciertos tramos necesitará de mejoras, ya que se le considera como el punto importante para el desarrollo del circuito ecoturístico.

La falta de planeación en la regularización del desarrollo urbano y ordenamiento territorial no permite determinar y administrar los espacios para el desarrollo de los asentamientos humanos, la inexactitud de una infraestructura organizada y un equipamiento urbano insuficiente han generado un lento desarrollo de las condiciones para el bienestar de la población, por lo que respecto a la infraestructura de servicios básicos, la falta de un plan estratégico ha generado una problemática de crecimiento, ya que actualmente se mantienen considerables núcleos de población con carencias de los servicios primordiales como son agua potable, drenaje, y electrificación, por lo cual se requiere propiciar un mayor desarrollo y progreso social incrementado la cobertura de los servicios de agua potable, saneamiento básico y electrificación, y manteniendo un esfuerzo constante para mejorar el nivel de bienestar y la calidad de vida de la población y de los futuros visitantes.

En relación a comunicaciones, se tiene una densidad telefónica de 8.8 líneas por cada 100 habitantes, de las cuales el 22% son comerciales.

Las condiciones de sanidad y preservación del medio ambiente se manifestaron en la descripción del sitio, siendo las deficiencias del municipio, la falta de un relleno sanitario que cumpla las especificaciones necesarias para su funcionamiento, se recomienda realizar un estudio detallado de los requerimientos necesarios para contar con las condiciones necesarias para el planteamiento del proyecto.

La red de salud del municipio cubre la demanda local, ya que así se manifestó en la existencia de instancias públicas que satisfacen las necesidades de los habitantes, no así de visitantes, los servicios de hospitalización son ofrecidos en Tulancingo, actualmente en el municipio se enfrentan cambios en la sofisticación y especialización de los servicios requeridos y al incremento de la demanda de estos, la ejecución de reformas profundas en la política de salud pública, determinan una respuesta más efectiva y oportuna en el área médica, así como de seguridad social, por lo que la construcción del nuevo hospital regional, superara las demandas del municipio, de la región, y de los visitantes y turistas.

3.2.4 Superestructura

En el nivel de los organismos nacionales se encuentra la SECTUR, que cumple funciones de coordinación de las actividades del sector, además de proporcionar información turística, así mismo existen otros organismos federales como la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Secretaría de Agricultura, Ganadería , Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, entre otros que de acuerdo a su competencia administrativa, promueven el desarrollo del sector. Aunque se encuentran definidas las políticas y acciones en los diferentes planes de desarrollo, se evidencia en gran medida la centralización en la tramitación de apoyos y recursos pasando por las dependencias estatales.

Respecto al trabajo realizado por la Secretaría de Turismo del estado, como organismo encargado de regular, controlar, promover y planificar la actividad turística del estado, sus acciones, concretamente en la región, han contribuido a incrementar la asistencia de turistas, se han visto avances en los últimos años, como se manifestó en el marco histórico del presente documento, sin embargo es importante fortalecer la coordinación eficiente con el gobierno federal y los gobiernos municipales, así mismo con las demás dependencias estatales, y organismos no gubernamentales, entre ellas, asociaciones y cámaras del sector turístico del estado, para lograr los objetivos y metas establecidas en el desarrollo del circuito ecoturístico.

El municipio no cuenta con estructura local mixta, que gestione la actividad turística, resultan más bien en acciones que se ejecutan en temporada alta, como promoción de actividades de entretenimiento y dispositivos de seguridad para el turista, coordinados entre los organismos del estado y locales. En cuanto a los organismos no gubernamentales, en el municipio no se cuentan con organizaciones que coadyuven al desarrollo turístico.

3.2.5 Demanda turística

Estudios específicos sobre perfil del visitante aplicables a la región, han sido realizados por la Secretaría de Turismo del Estado de Hidalgo, es importante manifestar que estos, no proporcionan información técnica en aspectos claves del comportamiento del turista, tales como motivaciones, expectativas de consumo, género, ocupación, edad, nivel de gasto, etc.

El perfil del visitante de la región de Tulancingo Hidalgo, en su gran mayoría lo hace por carretera y en automóvil, según los datos más importantes de la investigación realizada por la SECTUR Hidalgo (2007):

- El promedio de estadía es el siguiente: 36% 3 días, 28% 2 días, 16% entre 4 y 5 días, 8% entre 6 y 7 días, 8% 8 días y 4% más de 15 días.
- Número de personas que viajan juntos, el 84% de 1 a 5 personas, y el 16% entre 6 y 10 personas.
- Como consideran la calidad de los atractivos turísticos y de los prestadores de servicios turísticos, 76% excelente y 24% bueno.
- Donde se hospedan: el 72% en Hoteles, el 24% con familiares y el 4% en casas o departamentos propios.
- Medios de influencia para realizar su visita al sitio: el 64% por familiares, el 32% por otros, no especificados, y el 4% en internet,
- En cuanto a la hospitalidad de la gente: el 68% manifiesta que es excelente y el 32% buena.
- La seguridad del destino: 36% manifiesta que es excelente y el 6% buena.
- La limpieza del destino: el 68% la considera excelente y el 32% manifiesta que es buena.
- Respecto a la calidad de las actividades realizadas durante su estancia el 52% manifiesta que es buena, el 28% excelente, el 16% mala y el 4% no contesto.

- En relación a la información disponible sobre los atractivos turísticos y servicios turísticos: el 56% manifestó que es buena, el 24% excelente y el 20% mala.
- Respecto a la nacionalidad de los visitantes el 100% es nacional.
- El lugar de procedencia está determinado de la siguiente manera: el 52% proviene del Distrito Federal, el 12% respectivamente del Estado de México y Puebla, el 8% respectivamente es de Nuevo León, y Veracruz, y por último el 4% respectivamente de Morelos y Querétaro.
- En cuanto al nivel de ingresos: el 44% manifestó que era entre \$ 6,500.00 y \$ 12,999, 40% entre \$ 13,000.00 y \$ 19,499.00, 8% entre \$ 4,000.00 y \$ 6,499.00, 4% respectivamente entre \$ 19,500 y \$ 34,999.00.
- Regresarían al destino: el 64% definitivamente si lo harían y el 32% probablemente.
- Recomendarían el destino: el 68% manifestó definitivamente y el 32% probablemente.

Se evidencia las limitaciones de la estadística oficial, que no provee datos desagregados de la demanda regional, por lo que es importante establecer dentro del programa estratégico la realización de encuestas que provean mayor información, que proporcione un mejor conocimiento del perfil y motivaciones de los turistas.

3.2.6 Promoción turística

Como parte de las acciones de promoción turística, en el caso del Municipio de Santiago Tulantepec, a través del apoyo de la Secretaría de Turismo del estado, se participó el año pasado en el programa de folletos de sitio, con un tiraje de 10,000 ejemplares, los cuales se repartieron en actividades artísticas, deportivas y culturales de la región, logrando con ello por primera vez, se de a conocer el aspecto turístico de el municipio. Se cuenta además, con un espacio en la sección de “Nuestros

Municipios” en la pagina de internet, correspondiente a la Secretaría de Turismo del gobierno del estado de Hidalgo, promoviendo y difundiendo los atractivos turísticos y las actividades deportivas, artísticas y culturales, propiciando con ello una mayor afluencia de visitantes de la región, del estado y de la zona metropolitana de la Ciudad de México principalmente, siendo nuestro municipio uno de los sitios más visitados, por los que acceden a la página (Municipio de Santiago Tulantepec Edición 2007-2008).

En el caso del municipio de Tulancingo, la situación es similar, solo que en este caso, el tiraje fue de 100,000 ejemplares, cuentan también con su espacio en la pagina de internet, además el municipio por si mismo imprimen 10,000 folletos, con apoyo del ayuntamiento y prestadores de servicios turísticos, en donde se consideran algunos atractivos del municipio de Santiago Tulantepec, tal es el caso de la comunidad de Ventoquipa, donde se encuentran el manantial los Cangrejos y el lugar denominado los Ahuehuetes⁸.

3.3 Evaluación del potencial turístico

Con la información obtenida del diagnóstico preliminar del sitio, además de la realización de entrevistas a funcionarios públicos municipales, a representantes del sector turístico de la región y a los delegados de las comunidades involucradas, se procedió a realizar la evaluación del sitio para identificar su potencial turístico, apoyándose en la aplicación de cuestionarios del fascículo 8 de Identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios de la SECTUR.

⁸ Según Información proporcionada por la Dirección de Turismo del Municipio de Tulancingo de Bravo

3.3.1 Oferta turística

Respecto a la conformación actual de la oferta turística, al igual que en el diagnóstico preliminar se analizaron y evaluaron los aspectos referentes a los recursos naturales y culturales, planta turística e infraestructura general y turística, para determinar si existe potencial turística en el municipio⁹.

3.3.1.1 Recursos naturales y culturales

$$RT = \frac{27}{17} = 1.5882$$

En esta sección, se tomaron en cuenta 17 criterios que se adaptan a las condiciones geográficas del sitio, por lo cual podemos observar que de acuerdo a los criterios de evaluación, en el cual se establece una calificación máxima de 2, obteniéndose 1.5882 en términos generales, hablamos que las condiciones actuales son de regulares a buenas.

Como se manifiesta en el análisis de los diferentes sitios se cuenta con potencial, principalmente en cuanto se refiere a recursos naturales, manifestándose en menor proporción los recursos culturales, y la combinación de ambos en uno solo como es el caso de la peña del sol, lo que sin duda establece la proyección al desarrollo de actividades de ecoturismo y turismo de aventura.

3.3.1.2 Equipamiento y servicios turísticos

$$EST = \frac{23}{23} = 1$$

En esta sección, tal y como se manifestó en la descripción de la planta turística, el equipamiento y servicios turísticos, no existen como tales, y que estos se encuentran

⁹ Verificar Anexo 2 Criterios de Evaluación y el Anexo 3 Cuestionario Evaluación del Potencial Turístico.

en el municipio de Tulancingo en su mayoría generalizados, por lo cual se recomienda una mayor especialización en el desarrollo del producto turístico, debiéndose promover la inversión o en su caso apoyos gubernamentales principalmente en la ruta del circuito ecoturístico, para una eficaz derrama económica a los habitantes de las comunidades, y por lo tanto dejar de depender del municipio de Tulancingo, que en el caso de no promoverse de esta manera, éste sería quien obtuviera directamente los beneficios del trabajo realizado por las autoridades locales de Santiago Tulantepec, aunque no por ello dejará de recibirlos indirectamente.

3.3.1.3 Instalaciones y servicios turísticos.

$$\text{IST} = \frac{9}{10} = 0.9$$

Se obtiene una calificación similar al del equipamiento y servicios, por lo cual, se hace énfasis de considerar en el planteamiento del producto turístico, la necesidad de crear estructura adecuada al tipo de turismo que se desarrollara en el circuito ecoturístico, ya que en la actualidad dentro de la ruta no existe en lo absoluto.

3.3.1.4 Infraestructura general y servicios.

$$\text{IS} = \frac{30}{20} = 1.5$$

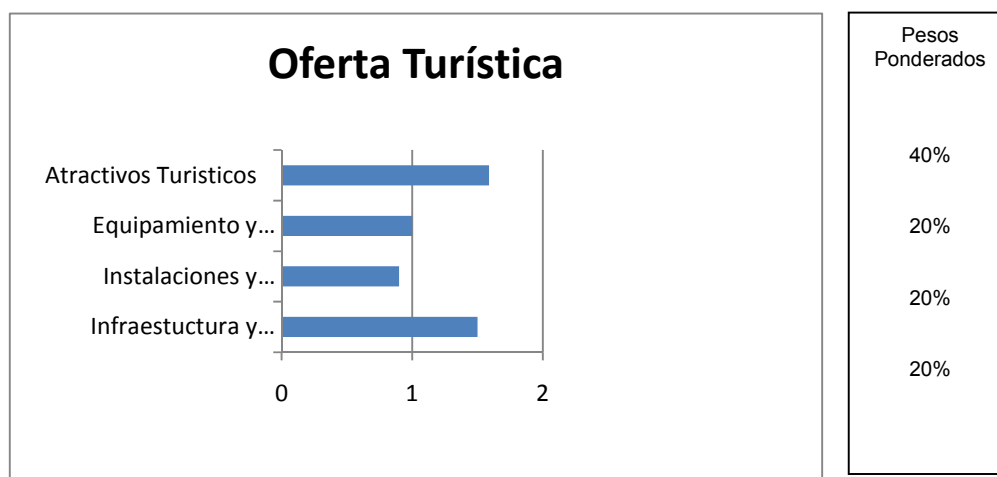
La calificación designada es de 1.5, hablamos de condiciones regulares para responder a las necesidades del producto a desarrollar, por lo cual es importante que las autoridades locales y estatales, promuevan una mayor asignación de recursos en infraestructura, por lo tanto el presente documento se deben plantear líneas de acción que mejoran la situación actual.

En la actualidad como ya se manifestó dentro del diagnóstico del sitio, el acceso a través de carreteras y caminos es en términos generales bueno, aunado a la próxima construcción del libramiento que comunicara en su gran mayoría a las comunidades que conforman parte del circuito ecoturístico, respecto a los servicios de salud, la

construcción del hospital regional en el municipio sin duda permitirá una mayor prontitud y eficacia en los servicios de salud.

Los servicios básicos se manifiestan eficientes en cuanto a la demanda actual, por lo que se debe prever una mayor y mejor infraestructura para satisfacer las necesidades de los habitantes de las comunidades, así como de los visitantes y turistas al circuito.

Gráfico 3.1



$$O = (1.5882 \times 0.4) + (1 \times 0.2) + (0.9 \times 0.2) + (1.5 \times 0.2)$$

$$O = 0.63528 + 0.2 + 0.18 + 0.3$$

$$O = 1.31528$$

La evaluación de la oferta turística del sitio de estudio, determina que esta en condiciones de ser potencialmente turística, aunque hay que trabajar en el planteamiento y ejecución de mejoras, con el fin de lograr desarrollar este espacio como una nueva opción de producto turístico, que permita una mejor calidad de vida de sus habitantes.

3.3.2 Mercado turístico

Otra área importante de análisis, es el mercado, de nada sirve contar con recursos que puedan ser potencialmente turísticos, si no se cuenta con la demanda de turistas y visitantes que se desplacen a la región de estudio, quizás por falta de promoción y difusión, o por otras causas que no generan un atractivo, por lo tanto es importante evaluarla para definir en conjunto con la oferta, si existe potencialidad para el desarrollo del circuito ecoturístico.

3.3.2.1 Afluencia turística, estadía y gasto promedio

$$\text{AEGP} = \frac{6}{9} = 0.66$$

En consideración a esta sección podemos deducir que es la parte que menos fortalezas tiene el municipio, por lo tanto es imprescindible diseñar estrategias que aumenten la demanda turística, con la intención de incrementar el consumo turístico y lograr los beneficios esperados del desarrollo turístico, a través de una segmentación del mercado, que le permita brindar mejores beneficios al turista y a su vez obtener rendimientos mas eficaces al sector turístico y al desarrollo de las comunidades involucradas en el proyecto..

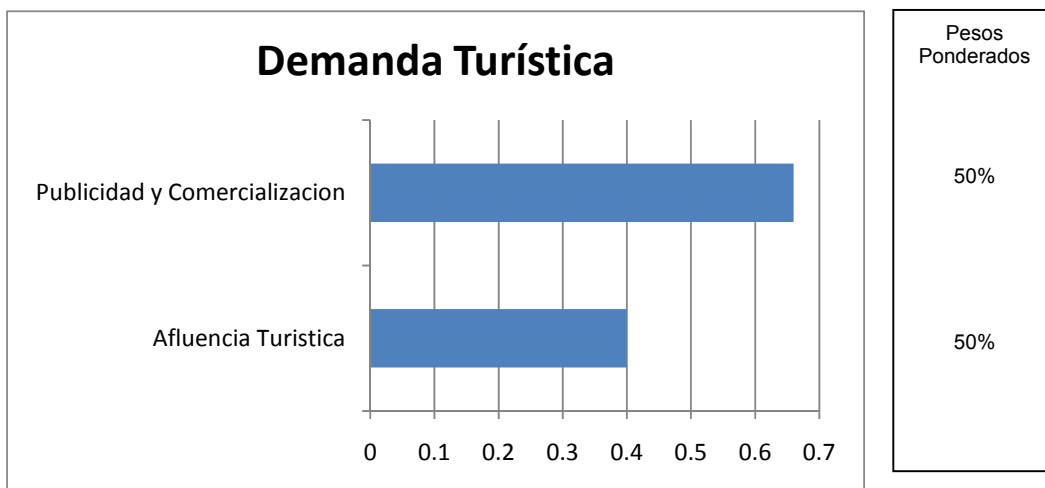
3.3.2.1 Publicidad y comercialización

$$\text{PC} = \frac{2}{5} = 0.4$$

El municipio por si solo no establece un presupuesto para la difusión de sus atractivos, cuenta como único respaldo a el apoyo del gobierno del estado, y de la integración que hace su municipio colindante, respecto a la difusión de sus atractivos, por lo tanto es importante el diagnóstico del presente documento, en el establecimiento de los programa de acción, para fomentar la inversión en términos

generales, para incrementar y mejorar la calidad de los medios de difusión, promoción y comercialización de la región.

Gráfico 3.2



$$\text{AEGP} = 0.66 \times 0.5 = 0.33$$

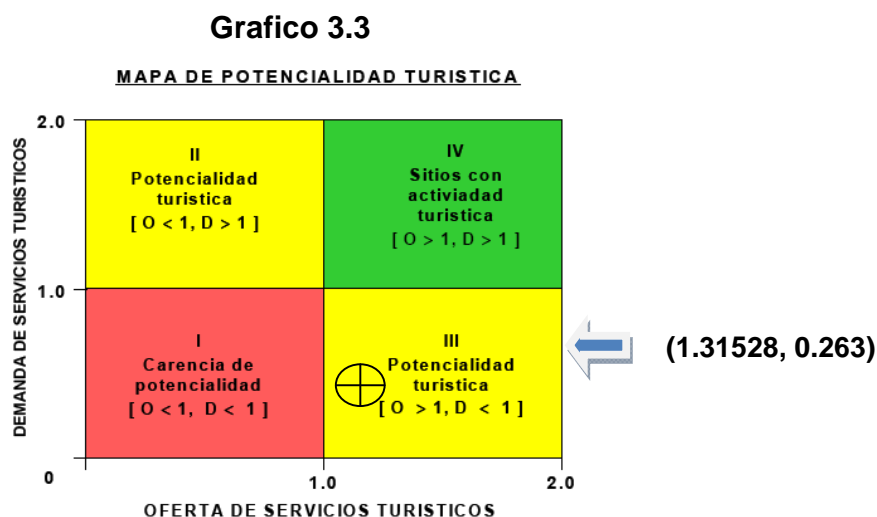
$$\text{PC} = 0.40 \times 0.5 = 0.20$$

$$\text{DT} = \frac{0.33 + 0.20}{2} = \frac{0.53}{2} = .263$$

Los resultados demuestran, la existencia de turistas, y de mecanismos de promoción de la región, no así del municipio, las causas son la falta de actividades turísticas conformadas en productos turísticos, por ello la importancia de definir las acciones que satisfagan las necesidades y deseos del segmento de mercado, en este caso ecoturismo y turismo de aventura.

3.3.3 Mapa de potencialidad turística

Para su aplicación en el presente caso de estudio, se identificaron las condiciones del potencial turístico, de acuerdo al cuadrante en donde se ubican las coordenadas de las calificaciones totales de la oferta y la demanda.



El municipio, se ubica en el cuadrante III, pero para entender mejor la ubicación en el mapa de potencialidades, analicemos el significado de cada cuadrante.

En el Cuadrante I (color rojo), se ubicaría si su valor promedio de la oferta es menor a “1” y también cuya calificación total promedio de la demanda es menor a “1”. Es decir, en este cuadrante se carecería de productos turísticos, se tendrían escasos recursos naturales o culturales, y/o de equipamiento, instalaciones e infraestructura turística, y que adicionalmente, no se han observarían visitas de turistas o su llegada sería esporádica. En consecuencia, en el Cuadrante I se carecería de potencialidad turística suficiente.

En los Cuadrantes II y III (color amarillo en ambos) se caracteriza por tener potencialidad turística, sin embargo enfrentan una problemática específica.

En el caso del Cuadrante II, la calificación promedio de la oferta es menor a “1”, pero la de la demanda rebasa esa puntuación. Lo anterior significa que en esta situación se adolecería de productos turísticos completos o actividades, sus recursos turísticos se encuentran en cantidad limitada o con fuerte deterioro, se padecen grandes deficiencias en el equipamiento, instalaciones e infraestructura turística, sin embargo se observa la llegada de turistas a esas regiones o municipios. En general, la problemática en estos casos está por el lado de la oferta, y por esta razón sería necesario implantar estrategias y acciones tendientes a crear o fortalecer los productos turísticos, siendo necesario un mayor análisis de cada uno de sus componentes.

El Cuadrante III (color amarillo), que es en la cual se encuentra el municipio, se refleja que las calificaciones promedio de la oferta fueron superiores a “1” y que, por el contrario, el valor de la demanda es menor a la unidad. Es decir, la región tiene algunos productos turísticos, con recursos, equipamiento, instalaciones e infraestructura adecuada, pero sin la suficiente afluencia de turistas. Las limitaciones se enfrentan por el lado de la demanda, por lo que es necesario profundizar en el conocimiento de las preferencias y necesidades de los turistas, con el fin de diseñar los productos turísticos a los requerimientos de la demanda.

Finalmente, en el Cuadrante IV (color verde), se ubicaría si actualmente existieran actividades turísticas bien definidas; sus calificaciones promedio de oferta y demanda superan la unidad, en estos casos es conveniente, analizar las condiciones de oferta y demanda para fortalecer e impulsar su competitividad.

Como vemos la principal limitante de la región es la falta de productos turísticos comercializables para aumentar la demanda de visitantes, existe potencial turístico, pero se carece de condiciones adecuadas para ser un atractivo de visita específica para los turistas.

En este diagnóstico se constata que el municipio en su estado natural, ofrece grandes expectativas para el desarrollo turístico, siempre y cuando se realice en un marco de respeto total hacia la naturaleza y con el enfoque de sustentabilidad, considerando que a nivel nacional e internacional existe un “boom” en la demanda de productos turísticos ecológicos y de aventura.

El municipio de Santiago Tulantepec, ofrece por el momento sus atractivos turísticos, de manera individual, y en cuanto a servicios turísticos, se apoya en gran medida del municipio de Tulancingo, en términos generales como ya se ha manifestado podemos deducir que cuenta con atractivos naturales principalmente que pueden ser evaluados para la practica de turismo alternativo (turismo de aventura y ecoturismo), aunque esto no significa que sea turística por definición.

Para hacerla turística, es necesario poner en valor esos recursos naturales y crear las condiciones necesarias para que se conviertan en atractivos turísticos, es decir que sean capaces de atraer y recibir visitantes y cumplir con sus expectativas de viaje, mediante la creación de infraestructura básica y de acceso, instalaciones y servicios, organización y actividades que en su conjunto hacen el producto turístico.

En términos generales podemos concluir que los atractivos existen individualmente y en algunos casos han recibido valor turístico por las autoridades locales, pero en base al diagnóstico realizado, hasta el momento sólo pueden considerarse como potenciales al manantial “Los Cangrejos” y las festividades del santo patrono como es el caso de la pamplonada y la cucaña.

En consecuencia, es necesario profundizar aún más en el estudio del municipio, para desarrollar el circuito ecoturístico, puesto que se requiere del equipamiento, de las instalaciones e infraestructura necesarias para desarrollarse como producto turístico de la región, siendo necesario también lograr un profundo conocimiento del perfil de sus visitantes actuales y potenciales.

3.3.3.1 Potencialidades turísticas del municipio de Santiago Tulantepec

De acuerdo a lo manifestado el municipio, depende en gran medida de sus atractivos naturales, ya que respecto a los culturales estos son temporales, la vocación turística debe definirse en gran medida, gracias a sus paisajes, entre los que encontramos el criadero de venado cola blanca, el cual ha recibido el visto bueno de la SECTUR del Estado de Hidalgo para iniciar los trabajos para convertirse en un parque ecoturístico, así mismo la peña del sol, desde donde se observa una panorámica impresionante de la región, y al mismo tiempo el disfrute de la pintura rupestre, la ex hacienda de Palpa, el sendero de la barranca, el salado y los manantiales, son recursos que deben de añadirseles actividades que determinen en general su integración al circuito ecoturístico como producto turístico, reconociendo dos tipos de turismo, los cuales son:

1.- Turismo de aventura, a través de actividades recreativas y deportivas a realizar al aire libre en los espacios naturales, con una orientación de sustentabilidad para asegurar la conservación del área y sus comunidades.

Aprovechando los espacios naturales, sendero de la vía, senderos rurales, manantiales, peña, barrancas, se podrían realizar las siguientes actividades turísticas recreativas:

- Caminatas por senderos difíciles, largos y abruptos (trekking)
- Caminatas por senderos accesibles y/o regulares (hiking)
- Bicicleta de montaña
- Paseos a caballo
- Campismo
- Escalada, Tirolesa y Rappel

2.- Ecoturismo, mediante la realización de actividades como la observación de la flora y la fauna, deportes de bajo impacto, educación ambiental y concientización ecológica, entre otras permitirían también atender a una demanda mucho más especializada, informada y exigente.

- Observación de venados cola blanca.
- Talleres de educación ambiental (información del venado cola blanca y en general sobre los ecosistemas de la región, para su aprovechamiento sustentable)
- Safaris fotográficos (observación de fauna)
- Observación de flora.
- Senderismo Interpretativo.

Cada uno de los tipos de turismo mencionados representa un gran reto para la administración municipal principalmente, así como de los prestadores de servicios turísticos o para los posibles nuevos inversionistas, aunque prioritariamente se definiría para beneficio de los propietarios locales, con el apoyo, promoción y financiamiento por parte de las autoridades locales, estatales y federales.

3.4 Análisis FODA

3.4.1 Identificación de fortalezas y debilidades

En base al análisis relacionado específicamente en el desarrollo de acciones para fortalecer el turismo de aventura y ecoturismo de la región, se procedió a identificar las fortalezas y debilidades¹⁰, del cual se obtuvieron los siguientes datos:

¹⁰ Verificar los Anexos IV y V Análisis FODA, Se aplicaron entrevistas en base a los cuestionarios a funcionarios de la Administración local de los Municipio de Santiago Tulantepec y Tulancingo de Bravo, (Directores de Turismo y Desarrollo Económico), Prestadores de Servicios Turísticos de la Región, así como a Funcionarios de la Sector Estatal (Dirección de Operación Turística), para la evaluación de los criterios mencionados.

Planta Turística

Debilidades

Fortalezas

Se detectó el potencial turístico se dispone de establecimientos suficientes para proporcionar los servicios básicos al turista y además proporcionan servicios de calidad turística (hoteles 5, 4 y 3 estrellas, restaurantes con Distintivos M y H).

Se dispone de sistemas de telefonía y se cuenta con oferta suficiente de servicios de internet (en hoteles, cafés, centros de negocio). Además, existen sistemas de comunicación satelital.

Media

Los establecimientos de servicios turísticos del municipio muestran un cierto grado de correspondencia con la vocación pero aún se carece de servicios especializados de acuerdo con los segmentos de mercado que arriban al municipio.

Se cuenta con establecimientos de servicio de apoyo a los turistas pero solo en un reducido número de áreas, son de baja calidad o se encuentran en zonas lejanas a las rutas comunes que siguen los visitantes.

Los recursos naturales o culturales, que sustentan el potencial turístico del municipio han sufrido cambios importantes en la estructura y procesos pero es posible su recuperación e incorporación como atractivos turísticos en el mediano plazo.

Existen vías de acceso a las zonas donde se detectó el potencial turístico pero en mal estado (baches, sin señalamiento), se carece de vehículos adecuados para el traslado de visitantes (sin mantenimiento, sin aire acondicionado, choferes sin capacitación, etc.)

Existe infraestructura sanitaria en el municipio y se cuenta con sistemas de tratamiento de aguas residuales pero su cobertura es menor al 60% de la demanda de la localidad, contando con limitaciones para satisfacer el incremento de la demanda ocasionado por la integración de actividades turísticas.

Se cuenta con servicios de apoyo pero su abasto se genera en forma intermitente, espaciado o insuficiente.

Alta

No se cuenta con instalaciones adecuadas y suficientes para el desarrollo de actividades de los turistas tales como; miradores, senderos interpretativos, miradores, rappel, escalda, tirolesa etc.

Producto Turístico

Debilidades

Fortalezas

Media

Alta

Existen entre dos y cinco actividades para los turistas que visitan el municipio, además, algunas de ellas se ofrecen pese a que el producto no se encuentra plenamente terminado.

Los turistas expresan satisfacción con las experiencias vividas en el municipio pero manifiestan la necesidad de adecuación y mejora; además, expresan no sentirse seguros de recomendar el destino.

Se dispone de información e inventario de productos y actividades turísticas del municipio, incluyendo información impresa, pero su difusión es limitada y sólo si los turistas la solicitan.

El producto turístico se ofrece de manera desarticulada, cada prestador comercializa sus servicios (hospedaje, alimentación, actividad, etc.) por su cuenta sin tener como eje un producto turístico único.

Se cuenta con potencial turístico pero no se han desarrollado acciones específicas para desarrollar e integrar el producto turístico.

Se ofrecen productos y actividades turísticas sin tomar en cuenta el comportamiento y tendencias del mercado, operan bajo el criterio de sólo explotar los recursos naturales o culturales (modelo tradicional).

Inexistencia de actividades de innovación de productos turísticos, la oferta permanece estática; es decir, basada siempre en el mismo producto.

Los productos turísticos del municipio no se integran a ningún circuito, corredor o ruta turística en donde se vinculen más de dos destinos.

No se realizan actividades de mercadeo, ni se cuenta con un Plan de Mercadotecnia. La comercialización del producto se basa exclusivamente en la recomendación directa de los visitantes.

Recursos Humanos

Debilidades

Fortalezas

Existe baja recurrencia de conflicto entre los empresarios y trabajadores del sector turismo en donde la solución, en mayor medida, de los conflictos se realiza por mutuo acuerdo y negociación directa entre las partes involucradas.

Media

Presencia de Empresarios comprometidos con la evolución del turismo en el municipio, pero sin organización ni búsqueda de intereses comunes.

Personal y empleados, de contacto y de apoyo, con vocación de servicio hacia el turismo pero con bajo nivel de compromiso hacia las empresas, limitándose a trabajar el tiempo necesario sin involucrarse en la búsqueda de soluciones de la problemática del sector.

Existencia de oferta de capacitación pero de carácter predominantemente general con limitados programas especializados; es decir, se imparten a grupos masivos o multidisciplinarios y se tratan temas genéricos.

Impartición de programas de capacitación en forma semi-continua; es decir, con espacios largos entre un curso y otro, en función de la oferta federal, estatal, de asociaciones o institutos de educación superior. En este caso, la capacitación es frecuente pero no depende de los tiempos definidos por las autoridades turísticas del municipio.

Participación limitada de los empresarios y agentes vinculados con el sector turismo del municipio en el diseño y programación de los cursos de capacitación, con predominio de la calendarización de programas oficiales.

Actitud hospitalaria y de servicio hacia el turismo sólo por una fracción de los pobladores, generalmente aquellos relacionados directamente con la actividad, pero falta de hospitalidad y cordialidad por el resto de la población manifestándose en servicios de baja calidad sesgo en la atención, etc. También puede considerarse en este punto el trato discriminatorio hacia los turistas por su origen o condición social.

Sólo una parte de los habitantes conoce la cultura y recursos del municipio, con información limitada sobre la riqueza y oferta de actividades de la zona. En consecuencia, sólo se apoya parcialmente a los turistas

Alta

Planeación Turística

Debilidades

Fortalezas

Media

Alta

Colaboración parcial y discontinua entre autoridades y prestadores de servicios turísticos en el proceso de planeación del sector

Participación limitada en el diseño de políticas de turismo municipal, negociación con líderes del ramo pero sin consenso general

Agrupación de prestadores de servicios turísticos en asociaciones y/o organizaciones empresariales pero desvinculadas entre sí, con reducida colaboración inter-empresarial

Vinculación parcial entre la actividad turística y el resto de la industria del municipio, restringiéndose a una relación "espontánea", más que por la creación de redes empresariales.

Desempeño ineficiente del sector sin estar orientado por una visión estratégica concreta

Se carece de una misión que especifique los objetivos, mercado meta y beneficios de la actividad turística del municipio

Aplicación de acciones y proyectos turísticos desarticulados sin planeación, con base en situaciones de carácter coyuntural y de corto plazo

Ausencia de líderes de proyecto y falta de compromiso de empresarios y autoridades.

Financiamiento a la Actividad Turística

Debilidades

Fortalezas

Media

Alta

Equilibrio financiero del municipio pero con recursos limitados para su aplicación al turismo.

Limitado margen en la aplicación de recursos federales o estatales a la actividad turística.

Promoción conjunta de inversiones; es decir se promueve la atracción de capital productivo hacia la región en forma general sin destacar el componente turístico.

Difusión controlada de información sobre la asignación municipal de recursos a la actividad turística; informes generales, programados y de contenido limitado.

Asignación de recursos a programas/proyectos turísticos prioritarios pero sin evaluar su viabilidad; o bien, a programas viables pero no prioritarios.

Asignación de recursos hasta el momento en que el proyecto sea rentable y autofinanciable pero sin establecer límite de tiempo o monto.

Integración de fondos privados para el fomento al turismo pero sólo bajo esquemas obligatorios (2% al hospedaje).

Financiamiento de infraestructura turística basada exclusivamente en fondos federales y estatales.

Desarrollo y Crecimiento Económico

Debilidades

Fortalezas

Media

Alta

Explotación de recursos naturales o culturales bajo criterios de bajo impacto a ecosistemas pero sin incorporar programas de corto, mediano y largo plazo de recuperación de flora y fauna

Existencia de normas y reglamentos para controlar el desarrollo de las actividades turísticas pero incapacidad de las autoridades municipales para hacer cumplir las leyes, debido a la falta de personal, restricciones legales, limitaciones en el ámbito de competencia, falta de presupuesto, etc.

Respeto parcial a usos y costumbres de la comunidad; tradiciones, religión, formas de vida. Sin embargo, se crean instalaciones con materiales y estilos no compatibles con los de la comunidad

Fuerte polarización del desarrollo turístico excluyendo de los beneficios del turismo a las comunidades y pobladores locales, baja contratación de personal del municipio y daño a los usos y costumbres

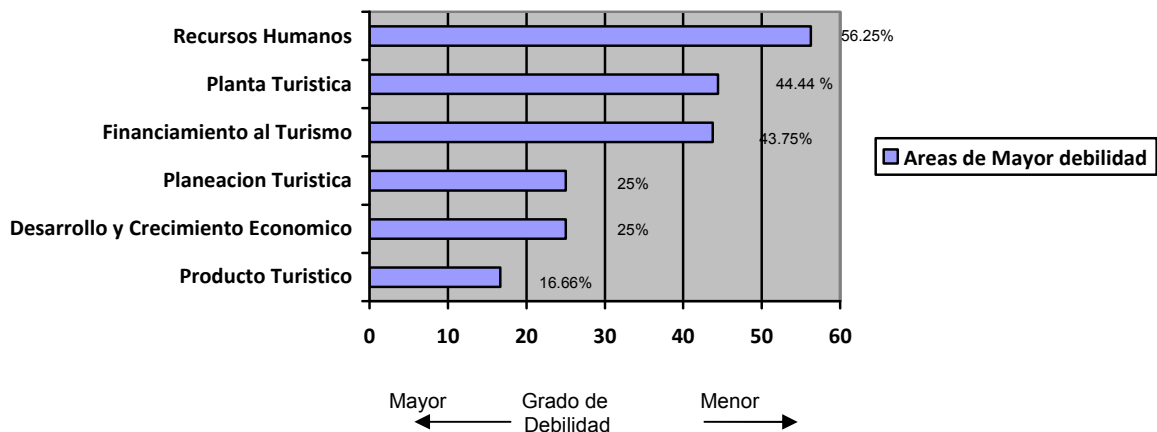
Desvinculación e independencia entre la actividad turística del municipio y el resto de las actividades productivas, no se aprovecha información, tecnología ni servicios comunes

Nulos beneficios a las comunidades inmersas en el municipio turístico, no se transfiere tecnología, infraestructura o servicios en pro de la población

3.4.2 Jerarquización de fortalezas y debilidades

Gráfico 3.4

Áreas de mayor debilidad



En base a la aplicación del cuestionario en el sitio de estudio, que comprende primordialmente al municipio de Santiago Tulantepec, se deduce que el área más débil, es el Producto Turístico entre ellos se establece que los siguientes aspectos:

- Integración de Servicios
- Terminación del producto
- Diversificación de actividades
- Enfoque de mercado
- Innovación
- Vinculación a circuitos
- Satisfacción de turistas

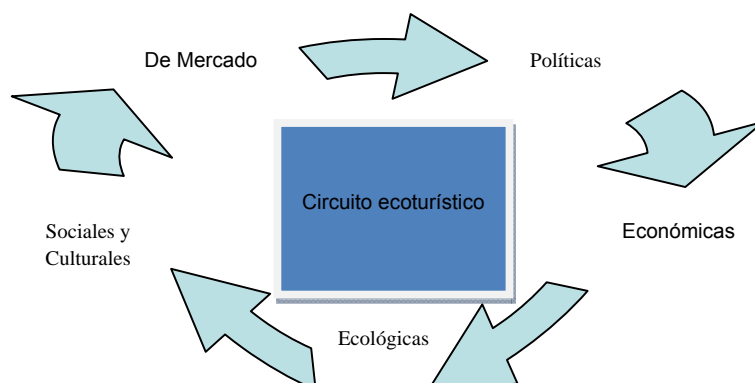
En general se carece de una estructura ordenada o en su caso son inexistentes, por lo tanto al igual que las otras áreas deben considerarse para el desarrollo de las estrategias adecuadas que las conviertan en fortalezas del destino.

3.4.3 Identificación de oportunidades y amenazas

Las oportunidades y amenazas son factores externos que están fuera del control de las autoridades y de los agentes participantes en el sector turístico del municipio.

Sin embargo, es posible percibir las con el objeto de diseñar estrategias para aprovechar una oportunidad o bien para prevenir una amenaza. Estos factores externos pueden ser de distinta clase; sin embargo, es posible agruparlos en seis grandes áreas para facilitar su identificación.

Esquema 3.1 Oportunidades y amenazas



Las oportunidades y amenazas pueden ser de carácter eventual o permanente, pero en ambos casos se requerirá de una reacción inmediata por parte de los gestores del proyecto, ya que de lo contrario se reducirá la competitividad del producto turístico (circuito ecoturístico), en el ámbito turístico local, nacional e incluso internacional, en el corto, mediano y largo plazo.

Partiendo del marco de referencia, el municipio de Santiago Tulantepec, constituye la unidad básica del análisis, una oportunidad o amenaza podrá originarse por circunstancias ocurridas en la región, estado o país, así como por eventos sucedidos al exterior del país. En concreto, se debe detectar las oportunidades y amenazas para el desarrollo turístico del municipio, tomándose en cuenta tanto el entorno nacional como el internacional, de las siguientes áreas; económica, política, sociocultural, ecológica y de mercado.

A continuación se proporciona una lista de oportunidades y amenazas obtenidas mediante la aplicación de las hojas de identificación de oportunidades y amenazas,¹¹ esta lista permitirá apoyar en el diseño del Plan Estratégico.

¹¹ Se aplicaron entrevistas en base a los cuestionarios a funcionarios de la Administración local de los Municipios de Santiago Tulantepec y Tulancingo de Bravo, (Directores de Turismo y Desarrollo Económico), Prestadores de Servicios Turísticos de la Región, así como a Funcionarios de la SECTUR Estatal (Dirección de Operación Turística), para la evaluación de los criterios mencionados. Así como de Fuentes Secundarias entre ellas Documentos Técnicos de la SECTUR, Plan Nacional de Turismo 2000-2006, entre otros manifestados en la Bibliografía del presente documento.

Área Económica

Oportunidades

- Hay voluntad política federal y/o estatal para apoyar una ampliación presupuestal con el propósito de elevar los recursos disponibles para el fomento turístico del municipio.
- Se encuentra en crecimiento económico las principales naciones emisoras de turistas, principalmente de Estados Unidos.
- Hay condiciones cambiantes en la economía nacional que favorecen el flujo de turistas extranjeros hacia nuestro país.
- Existen condiciones económicas favorables en el país que permiten incrementar la magnitud de recursos económicos y financieros a la actividad turística nacional.
- Existe asignación o apoyo financiero internacional (Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo, etc.) para impulsar la actividad turística de los municipios.

Amenazas

- La política federal presupuestaria es muy restrictiva en la canalización de recursos al fomento turístico de los municipios, así como excesiva centralización en la asignación de recursos.

Área de Mercado

Oportunidades

- Se detecta una tendencia ascendente en la demanda de los turistas, nacionales e internacionales, hacia actividades y atractivos similares a los ofrecidos por el municipio.
- Se observa un incremento en el tiempo disponible y sobre todo en la utilización de dicho tiempo en la realización de viajes y búsqueda de ocio por parte de la población mundial.
- Se identifican nuevos segmentos o nichos de mercado de turistas en donde la disponibilidad de recursos y actividades del municipio puede constituir una oferta potencial.
- Se detectan condiciones tecnológicas, políticas o sociales que generan un mayor dinamismo en el flujo de turistas.
- Se aplican programas de carácter nacional que fomentan los viajes de los habitantes nacionales.

Amenazas

- El destino (municipio de estudio) es reconocido únicamente como un sitio de paso o como un punto secundario dentro de alguna ruta de los viajeros.

Área Política

Oportunidades

- Existe un claro y amplio compromiso de los gobiernos federal y estatal para impulsar el desarrollo de la actividad turística en el municipio de estudio.
- A nivel nacional, la actividad turística se considera como un área estratégica para la economía nacional.
- Las autoridades del municipio en estudio, cuentan con la capacidad y poder de negociación para establecer acuerdos políticos tendientes a promover y fomentar la actividad turística del municipio.
- Existe una amplia comunicación entre las autoridades del municipio y los responsables de la política turística a nivel nacional y/o estatal.
- Hay una estrecha vinculación o alineación entre el enfoque a largo plazo del desarrollo turístico del municipio en estudio y la visión del turismo estatal o nacional.
- Existe un ambiente político de certidumbre a nivel nacional con acuerdos antes que la confrontación.
- Existe una sana relación entre las autoridades estatales y municipales aún cuando pertenezcan a distintos partidos políticos.

Amenazas

- Se presenta una fuerte centralización a nivel nacional en la toma de decisiones sobre el desarrollo turístico municipal.
- Se retrasa con frecuencia la implantación e instrumentación de acciones y proyectos de carácter turístico en el municipio como consecuencia de decisiones emanadas de los gobiernos estatal y federal.
- Se observa un reducido nivel de coordinación entre los responsables de la política turística del estado y la federación con las autoridades municipales.
- Existe una clara preferencia para el desarrollo de cierto tipo de destinos turísticos en el país.
- Los programas de desarrollo turístico del municipio se ven frecuentemente asociados a los ciclos políticos, locales, estatales o nacionales.

Área Ecológica

Oportunidades

- Se detecta la instrumentación o diseño de programas formales de reforestación y repoblamiento de especies endémicas del municipio en estudio.
- Se cuenta con suficientes reservas territoriales destinadas a la explotación turística en el municipio.
- Se cuenta con recursos naturales o culturales con potencial turístico ubicados en regiones del municipio de bajo riesgo ecológico.

Amenazas

Área Social y Cultural

Oportunidades

- Existen empresarios o representantes de las comunidades aledañas al municipio con capacidad de liderazgo e interés por integrarse y colaborar en el desarrollo turístico del municipio en estudio.
- La población de las comunidades aledañas al municipio de estudio cuenta con valores de hospitalidad, cordialidad y atención hacia los turistas.
- Se dispone de recursos basados en la cultura y tradición con potencial turístico en los municipios cercanos
- Se dispone de medios o mecanismos de información de rápido acceso que permitan una eficiente comunicación entre las autoridades del municipio de estudio y las autoridades de los municipios vecinos.
- Existe una fuerte estabilidad social y política en la región, incluyendo a los municipios colindantes con el municipio en estudio.
- Hay suficiente comunicación intermunicipal entre la población del municipio y las localidades vecinas.
- Existen programas regionales de capacitación turística (sean federales o estatales) permitiendo una profesionalización de los trabajadores del ramo en forma integral? (incluyendo diversos municipios).
- Los turistas consideran que la actitud de los prestadores de servicios turísticos y de la población del municipio se caracteriza por hospitalidad y amabilidad.

Amenazas

Capítulo IV

Plan Estratégico

4.1 Conformación del producto turístico.

4.1.1 Definición de la visión turística del circuito ecoturístico.

Para la realización de la visión turística, se consideran los siguientes elementos para su realización.

“El circuito ecoturístico de Santiago Tulantepec ofrece la gran oportunidad de iniciar un proceso de planeación turística, satisfaciendo las necesidades de turistas y visitantes sin poner en peligro la capacidad de satisfacer la propias necesidades de las generaciones actuales y futuras.

Por tanto, la planeación turística exige la integración de estrategias ambientales sociales, culturales y económicas y requiere de escenarios a largo plazo.

“Por tanto, el trabajo esencial de este documento es generar las líneas de acción para que el municipio de Santiago Tulantepec pueda definir su vocación turística, conformar sus productos turísticos y convertirse así en un destino, sólido y competitivo en la región”

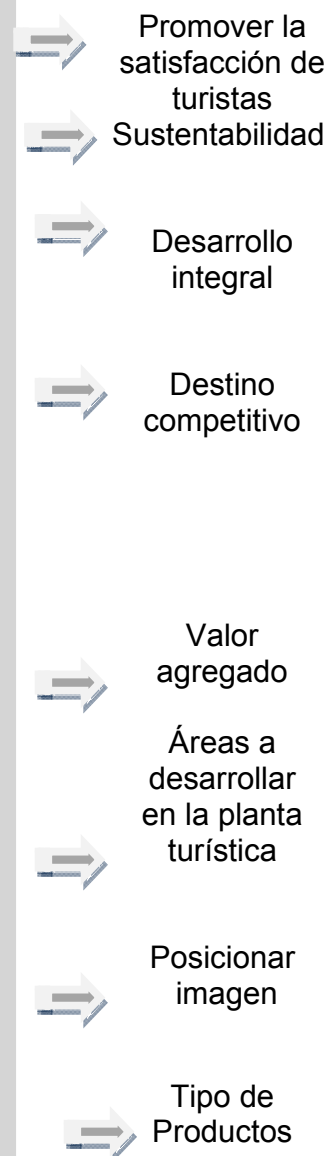
“El municipio de Santiago Tulantepec ofrece por el momento atractivos por separado, y cuenta con muy pocos servicios turísticos, por lo cual debe de generarse instalaciones y equipamiento especializado en turismo de aventura y ecoturismo”

“Para hacerla turística es necesario complementar e integrar su patrimonio turístico en un circuito ecoturístico, para crear las condiciones necesarias para que los recursos naturales, escenarios, flora y fauna, fiestas y tradiciones, se conviertan en atractivos turísticos, mediante la creación de: infraestructura básica y de acceso, instalaciones y servicios, organización y actividades que en su conjunto.

“También es necesario contar con una imagen que les caracterice y distinga de otros lugares, principalmente de la Región”

“Se considera que la potencialidad turística que ofrece el municipio apunta principalmente en dos líneas de producto para el desarrollo del circuito ecoturístico”:

- “Turismo de aventura”
- “Ecoturismo”



Las propuestas que se desarrollan en los anteriores párrafos tienen como principio contribuir a administrar los recursos naturales, financieros y humanos de manera que se logre la mayor satisfacción del visitante y el mayor beneficio para la comunidad receptora, al mismo tiempo que se minimicen los impactos negativos ambientales, culturales, sociales y se obtengan la mejor rentabilidad económica posible.

Por lo tanto la visión estratégica del circuito ecoturístico se define como:

El circuito ecoturístico de Santiago Tulantepec se caracteriza por la riqueza de sus recursos naturales y culturales, dentro de un entorno integral y sustentable, para el desarrollo de actividades turísticas, promoviéndose como un producto complementario de ecoturismo y turismo de aventura con proyección regional y nacional, eje para el desarrollo económico del municipio.

4.1.2 Descripción del circuito ecoturístico.

El circuito ecoturístico tendrá dos lugares en donde iniciar el trayecto, dado su cercanía a la autopista federal México-Tuxpan, se podría partir de la comunidad de Las Lajas, en donde se pretende instalarse como poblado base, en el cual el visitante, podrá hospedarse, adquirir alimentos y bebidas, contar con el servicio de una oficina de atención, en el que se le brinde información respecto a las actividades y renta de equipo para la practica de del turismo de aventura y ecoturismo, así como la venta de servicios turísticos dentro del circuito, y de ahí partir a las diferentes opciones que el circuito ecoturístico ofrecerá.

También se pretende establecer como poblado base a la comunidad de Ventoquipa, la cual es la ultima dentro del recorrido del circuito, contando con las mismas instalaciones del otro poblado base, aunado a los atractivos turísticos con los que cuenta el lugar.

En la comunidad de Los Romeros, se podrá visitar el parque ecoturístico de venado cola blanca, en donde se podrá apreciar de la flora y fauna del lugar, con el tema principal del venado cola blanca, se podrán ofrecer talleres de educación ambiental, actividades de esparcimiento principalmente dirigidos a niños, y safari fotográfico, así mismo se podrá acampar en el bosque de los Romeros.

En la comunidad de Altepemila, se podrá visitar el criadero de avestruz, en el cual los visitantes tendrán la opción de conocer el proyecto productivo sobre la crianza de esta ave, se podrá realizar actividades de esparcimiento principalmente dirigido a niños, además de comercialización de productos derivados de las aves.

En la misma comunidad pero en la peña del sol, se podrá acceder, a través de bicicleta, caminata, escalada, además de poder disfrutar de la naturaleza la cual podrá ser observada a través de un mirador, entre otras actividades a realizar se podrá practicar tirolesa.

En la comunidad de Palpa, quien así lo desee podrá disponer del hostel de la ex hacienda, la cual además de ofrecer los servicios de hospedaje y alimentación, brindara el servicio de tours guiados dentro del circuito ecoturístico.

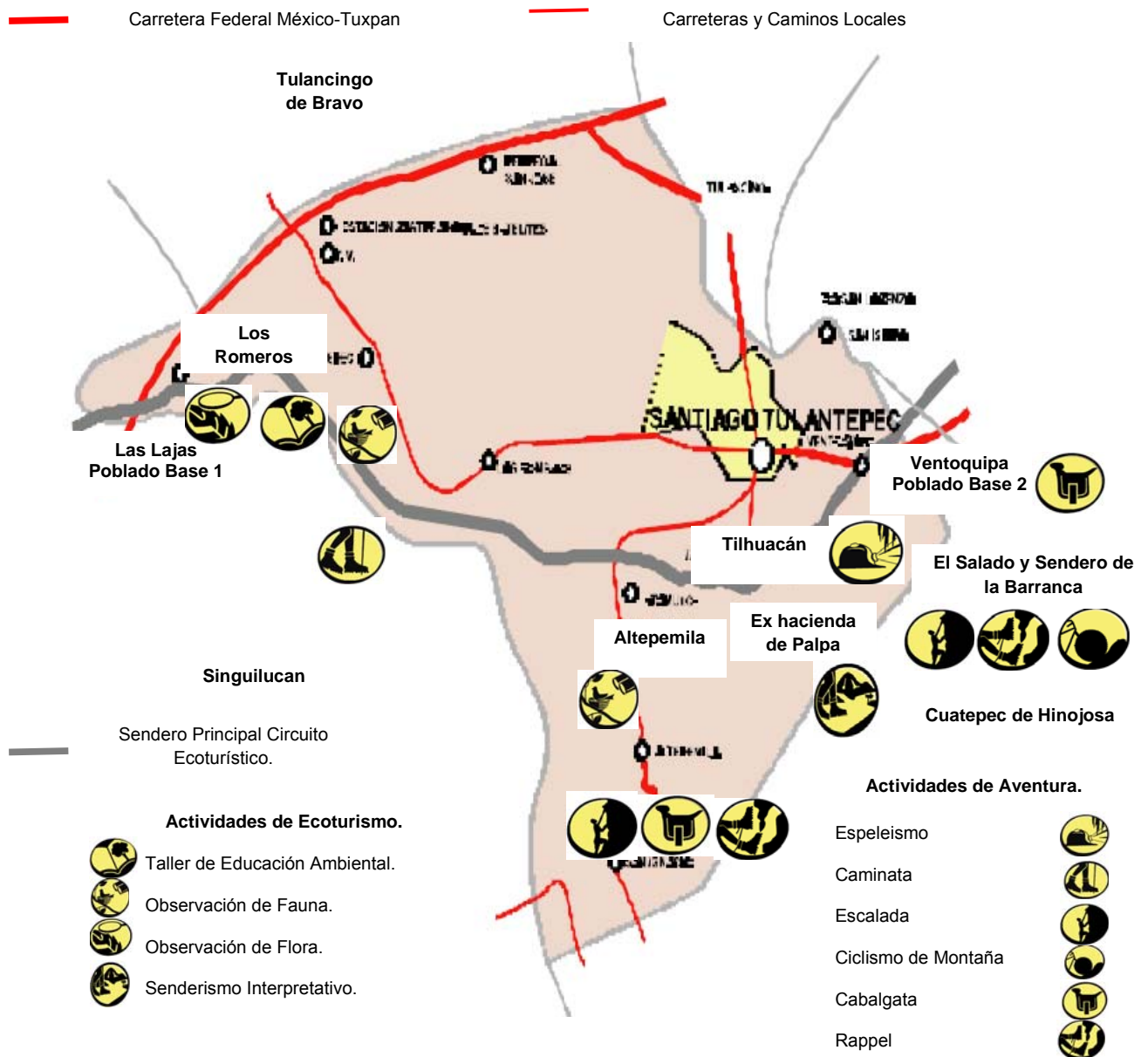
En la comunidad de Tilhuacán se podrá visitar las cuevas que se encuentran en el lugar y adentrándose un poco se podrá recorrer el sendero de la barranca, donde se apreciara la flora y fauna, las formaciones rocosas a través del senderismo interpretativo y practicar, tirolesa, escalada y rappel.

En el sitio conocido como el Salado, se realizará ciclismo de montaña, caminata, observación de flora, además de cabalgata y zona para la práctica de días de campo.

Para finalmente llegar a la comunidad de Ventoquipa, y disfrutar de los manantiales de agua fresca que brotan en el lugar, y disponerse a realizar un inolvidable día de campo en los antiquísimos ahuehuetes, además de contar con servicios turísticos, como renta de equipo, servicios de alimentos y bebidas, hospedaje y tours guiados.

A todos estos lugares se podrá acceder por el sendero principal, que será el antiguo camino de las vías del tren, desde el tramo de la comunidad de las Lajas, hasta Ventoquipa, o en su caso si el visitante o turista así lo requiriera podrá acceder directamente a cualquiera de los atractivos turísticos.

Mapa 4.1 Circuito Ecoturístico.



Fuente: Elaboracion propia.

4.2 Estrategias, programas y acciones del plan.

El presente documento pretende establecer las bases para la planeación de actividades turísticas; la promoción, fomento, inversión y desarrollo del turismo; la capacitación de personas dedicadas a la prestación de servicios turísticos; la protección y orientación al turista; la creación, conservación, mejoramiento, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos del corredor ecoturístico y, la coordinación y participación de las autoridades federales, municipales y organismos del sector para el desarrollo turístico del municipio de Santiago Tulantepec.

4.2.1 Objetivo general

Promover al municipio de Santiago Tulantepec como un destino turístico importante en el estado, a través de su circuito ecoturístico que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes y a la preservación y conservación de sus recursos naturales y culturales.

4.2.1.1 Objetivos específicos

- Lograr poseer en el mediano y largo plazo una infraestructura general y de servicios básicos que sirvan al soporte al desarrollo turístico.
- Poseer en el mediano plazo una planta turística eficiente, que brinde servicios de calidad.
- Generar en los habitantes del municipio buenos anfitriones, creando una identidad local que fomente la cultura turística.
- Contar en el corto plazo con un organismo, integrado por la iniciativa privada, la comunidad y el gobierno municipal y estatal, que planifiquen, organicen, promuevan, comercialicen, el circuito ecoturístico.

- Lograr en el mediano plazo, poner en valor los recursos turísticos con que cuenta el municipio, para el desarrollo del circuito ecoturístico, mediante el desarrollo de acciones y proyectos específicos.

4.2.2 Estrategia general

Las estrategias de desarrollo del circuito ecoturístico corresponden a las diferentes intervenciones que deben realizarse para dar cumplimiento a los objetivos previamente establecidos en forma participativa, estas intervenciones pueden ser programas, estudios, diseños, proyectos o simplemente gestiones que el municipio u otra entidad debe realizar para dar cumplimiento a los objetivos.

Dadas las características de los atractivos turísticos que posee el municipio de Santiago Tulantepec y que se prestan básicamente, para desarrollar actividades de turismo alternativo (ecoturismo y turismo de aventura) la estrategia general del presente plan es la diferenciación, basado en la calidad a lograr por el destino, la seguridad y tranquilidad del municipio, debido a que es importante diseñar y ofertar un producto claramente diferente, y con segmentos que posean características, necesidades y expectativas diferentes, lo que permitirá alcanzar niveles de especialización en la prestación de los servicios turísticos, la distribución y la promoción de los productos turísticos.

Para definir esta estrategia se han considerado los siguientes aspectos:

- Capacidad de carga limitada de los atractivos, debido a su fragilidad y pequeña extensión (naturales).
- Limitado número de atractivos y su clase.
- Se busca un turismo “sostenible” y de “calidad” más que un turismo masificado que pueda poner en riesgo la preservación del medio ambiente natural y cultural.

- Dadas las características de los segmentos objetivos, es mucho más provechoso centrar todos los esfuerzos y recursos en captar estos segmentos, en lugar de dispersarlos con una oferta indiferenciada, por lo que habrá de desarrollar una investigación que permita identificarlos.
- La poca o nula experiencia del municipio no le permite pensar en ser el líder del mercado, frente a competidores de la zona centro del país, por lo cual se establecerá como una opción importante y diferenciada en el estado de Hidalgo.

4.2.3 Estrategias específicas

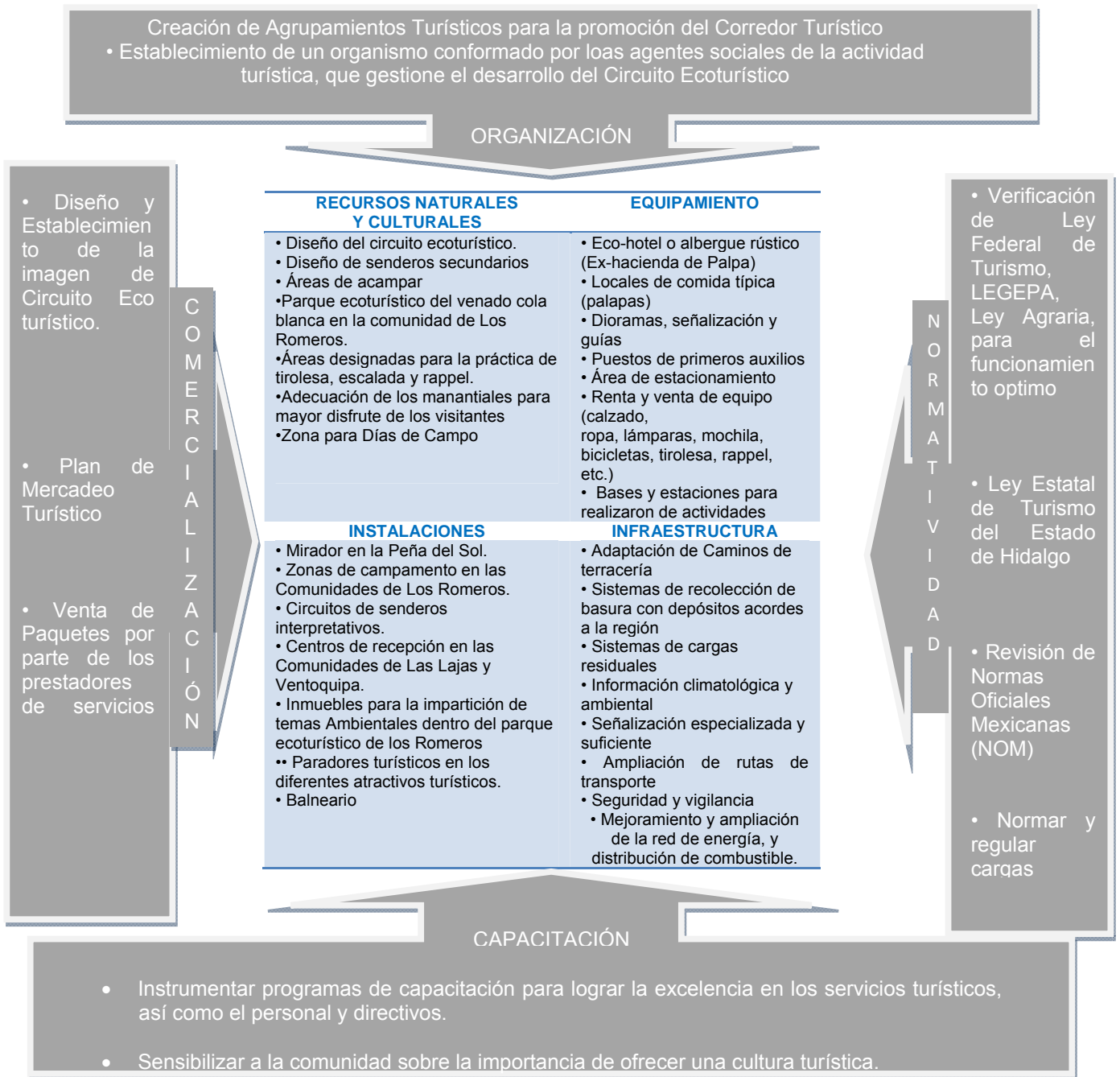
Las estrategias específicas planteadas para el desarrollo circuito ecoturístico surgen de las debilidades y fortalezas identificadas en el diagnóstico realizado y buscan apoyar el logro de los objetivos planteados.

Las estrategias para lograr la visión turística se han dividido en grandes áreas: infraestructura y servicios básicos, capacitación, planta turística, organización y gestión, y recursos turísticos.

Las estrategias específicas son las siguientes:

- Mejoramiento de la infraestructura que soporte el desarrollo de la actividad turística y el disfrute del municipio a los visitantes.
- Desarrollo y mejoramiento de la oferta turística.
- Capacitación del talento humano y sensibilización de la comunidad.
- Creación de la organización institucional que asuma el liderazgo y la gestión del desarrollo turístico del circuito ecoturístico del municipio.
- Impulsar y fortalecer, la oferta del producto turístico, promoviendo siempre el desarrollo sustentable de las comunidades a través del ecoturismo y turismo de aventura.

Esquema 4.1 Conformación del Circuito Ecoturístico.



Fuente: Elaboración propia.

4.2.3.1 Estrategia de infraestructura

En un sentido estricto, el producto turístico es definido como el resultado de la conjunción de tres elementos fundamentales: el atractivo, que puede ser de orden natural o creado por el hombre; las facilidades o infraestructura de soporte para el atractivo, y la accesibilidad al mismo, atractivos, facilidades y accesibilidad, conforman el trinomio básico de un destino turístico, y es la calidad general de estos tres elementos la que condicionará el éxito o el fracaso de los mismos.

El éxito y la permanencia del destino en el gusto y preferencias de los turistas, dependerá de la capacidad para dotarlos de una infraestructura y equipamientos que los vuelvan atractivos y accesibles, la idea equivocada de que los atractivos naturales y culturales son suficiente para garantizar la satisfacción de los turistas, no es la base sobre la cual se realicen los esfuerzos para fortalecer la oferta turística del circuito ecoturístico.

De ahí la importancia de coordinar acciones entre instancias y órdenes de gobierno para llevar a cabo, de una manera integral, la puesta en valor turístico del circuito, dotándole de la infraestructura necesaria, y añadiéndoles valor a sus atractivos. En este sentido, el se atenderá de manera integral y coordinada con otras instancias, el problema que representa el rezago en infraestructura de impacto al turismo en la región.

Objetivo general de la estrategia.

- Lograr poseer en el mediano y largo plazo una infraestructura general y de servicios básicos que sirvan al soporte al desarrollo turístico.

Objetivos específicos de la estrategia.

- Lograr contar con accesos que faciliten el ingreso a los diferentes recursos turísticos.
- Contar con señalización informativa y simbólica en los recursos y las principales redes viales.
- Implementar los sistemas de servicio básico en los recursos y turísticos y principales instalaciones que sirven de soporte a la actividad.

Estos objetivos se desglosan en los siguientes programas.

- A. Programa de accesos
- B. Programa de señalización vial
- C. Programa de servicios básicos

Cada programa esta conformado por diferentes líneas de acción, según lo muestra el siguiente cuadro.

Cuadro 4.1 Estrategia de Infraestructura		
Estrategia	Programas	Líneas de Acción
Lograr poseer en el mediano y largo plazo una infraestructura general y de servicios básicos que sirvan al soporte al desarrollo turístico.	Programa de Accesos Lograr contar con accesos que faciliten el ingreso a los diferentes recursos turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> • Promover la ejecución y mantenimiento de obras identificadas como prioritarias para facilitar el acceso hacia los principales atractivos del circuito ecoturístico. • Incrementar los horarios de las rutas de transporte, hacia las comunidades que conformaran el circuito.
	Programa de Señalización Vial Contar con señalización informativa y simbólica en los recursos y las principales redes viales.	<ul style="list-style-type: none"> • Colocación de señalización turística simbólica en los accesos atractivos y en los atractivos • Colocación de señalización turística informativa e indicativa en la red vial federal, estatal y local.
	Programa de Servicios Básicos Implementar los sistemas de servicio básico en los recursos y turísticos y principales instalaciones que sirven de soporte a la actividad.	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer conjuntamente con dependencias del estado, un listado básico de obras prioritarias de impacto directo al turismo para la gestión coordinada de recursos. • Gestionar ante dependencias federales el establecimiento de infraestructura eléctrica en las zonas de interés turístico prioritario.

Las fichas de los proyectos de los programas establecidos son los siguientes:

Nombre del Proyecto	Señalización turística	
Objetivos		
<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la imagen destino turístico del circuito ecoturístico • Facilitar el desplazamiento de la demanda dentro del circuito ecoturístico • Contar con señalita dentro del circuito ecoturístico y en la red carretera federal, estatal y local que se encuentra en los perímetros de acceso. 		
Descripción		
<p>Se pretende la instalación de 2 letreros simbólicos, 5 informativos y 3 de servicio por cada recurso turístico.</p> <p>Así como en sus respectivos accesos. 1 en la carretera federal México-Tlaxcala a la altura de la comunidad de Las Lajas, otro sobre la carretera estatal, Pachuca-Tulancingo, y en el nuevo boulevard, 1 por cada acceso a las comunidades involucradas en el circuito ecoturístico. 1 en la cabecera municipal.</p>		
Localización	Cabecera municipal de Santiago Tulantepec, así como en las comunidades de Las Lajas, Paxtepec, Los Romeros, Altepemila, Tilhuacán y Ventoquipa.	
Beneficiarios	Comunidad – Empresarios – Turistas	
Posible Fuente de Financiamiento		
Responsables	Formulación	Dirección de Obras Públicas en coordinación con la Dirección de Turismo
	Ejecución	Dirección de Obras Públicas
	Evaluación	SECTUR Estatal de Hidalgo, Municipio, Consejo de Turismo Local
Plazo	Corto	

Nombre del Proyecto	Obras de acceso al circuito ecoturístico	
Objetivo		
<ul style="list-style-type: none"> • Lograr contar con accesos que faciliten el ingreso a los diferentes recursos turísticos. • Mejorar la imagen destino turístico del circuito ecoturístico • Facilitar el desplazamiento de la demanda dentro del circuito ecoturístico 		
Descripción		
<p>Ejecución y mantenimiento de obras identificadas como prioritarias para facilitar el acceso hacia los principales atractivos del circuito ecoturístico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asfaltar el camino al criadero de venado cola blanca (próximo a convertirse en parque ecoturístico). • Adecuación y mantenimiento al camino de terracería de la comunidad de Altepemila para acceder a la peña del sol, criadero de avestruces y ex -hacienda palpa • Ejecución de camino de terracería al Sendero de la barranca. • Mantenimiento camino local de la comunidad de Tilhuacán. • Mantenimiento de la carretera local a los manantiales los Cangrejos en la comunidad de Ventoquipa. 		
Localización	Comunidades de Los Romeros, Altepemila, Tilhuacán y Ventoquipa.	
Beneficiarios	Comunidad- Empresarios- Turistas	
Posible Fuente de Financiamiento	Secretaría de Obras Públicas del Estado de Hidalgo.	
Responsables	Formulación	Dirección de Obras Públicas
	Ejecución	Secretaría de Obras Publicas del Estado de Hidalgo.
	Evaluación	Secretaría de Obras Publicas del Estado de Hidalgo. Municipio, Consejo de Turismo Local
Plazo	Corto	

Nombre del Proyecto	Rutas de transporte al circuito ecoturístico.	
Objetivo		
<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar las unidades y horarios de las rutas de transporte, hacia las comunidades que conformaran el circuito. • Abrir un concurso de licitación dirigido a empresas de transporte publico, dándosele prioridad a los concesionarios locales. 		
Descripción		
<p>Principalmente los fines de semana y temporada alta, generar un mayor movimiento de unidades así como de horarios de las rutas ya existentes y de nueva creación entre las comunidades donde inicia y termina el circuito ecoturístico, haciendo escala en las comunidades intermedias.</p> <p>Ruta Las Lajas-Ventoquipa-Las Lajas Ruta Tulancingo-Santiago.Ventoquipa Ruta Tulancingo-Los Romeros Ruta Tulancingo-Las Lajas</p>		
Localización	Comunidades que conforman el circuito ecoturístico y la cabecera municipal.	
Beneficiarios	Comunidad–Empresarios Sector Transporte-Turistas	
Posible Fuente de Financiamiento	Privado a través de los concesionarios locales.	
Responsables	Formulación	Instituto Estatal del Transporte
	Ejecución	Instituto Estatal del Transporte
	Evaluación	Municipio, Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano	

Nombre del Proyecto	Dotación de servicios básicos	
Objetivo		
Potenciar los diferentes atractivos turísticos, mediante la implementación de servicios básicos que contribuyan a un manejo ambiental del circuito ecoturístico, así como de los establecimientos turísticos.		
Descripción		
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer conjuntamente con dependencias del estado, un listado básico de obras prioritarias de impacto directo al turismo para la gestión coordinada de recursos. • Gestionar ante dependencias federales el establecimiento de infraestructura eléctrica en las zonas de interés turístico prioritario. • Con ello se pretende dotar de servicios básicos a los siguientes atractivos, parque ecoturístico Los Romeros, la peña del sol, ex hacienda Palpa, criadero de avestruces, cuevas de Tilhuacán, sendero de la barranca, Manantial los Cangrejos, así como de las instalaciones turísticas. 		
Localización	Comunidades del circuito ecoturístico.	
Beneficiarios	Comunidad-Empresarios-Turistas	
Posible Fuente de Financiamiento	Municipio, Gobierno del Estado.	
Responsables	Formulación	Dirección de Obras Públicas
	Ejecución	Licitación Pública
	Evaluación	Municipio, Consejo de Turismo Local
Plazo	Corto - Mediano	

4.2.3.2 Estrategia de desarrollo de la planta turística.

El turismo debe ser visto como una verdadera alternativa de desarrollo económico y social de las regiones, por lo cual se debe considerar el diseño de las estrategias para mejorar el nivel de vida de las comunidades donde se desarrollara el circuito, como una prioridad y condición para el logro de este anhelo.

De este modo, se vuelve indispensable, en primer lugar, asegurarse que los residentes locales vean en el turismo una alternativa real para el mejoramiento de sus condiciones de vida; por lo que siempre será recomendable plantear cualquier estrategia de desarrollo desde una perspectiva integral, incluyente y participativa, para establecer que el turismo no representa, por sí sólo, la panacea para los problemas de pobreza y marginación. En segundo lugar, habría que hacer permear la idea de que, una vez consensuada esta alternativa entre los mismos residentes, el éxito de los proyectos turísticos de los cuales dependerá la consolidación de un nuevo destino, prescinde en la forma y el grado de involucramiento de los propios residentes en la actividad.

La estrategia de la planta turística esta compuesta de tres programas de acción con sus respectivos perfiles de proyecto, todo esto para alcanzar los siguientes objetivos.

Objetivo general de la estrategia.

- Poseer en el mediano plazo una planta turística eficiente, que brinde servicios de calidad.

Objetivos específicos de la estrategia.

- Contar con servicios de alimentación adaptados a las necesidades de las actividades turísticas, dentro y fuera del circuito ecoturístico, con personal capacitado y eficiente.
- Contar con servicios de hospedaje adaptados a las necesidades de las actividades turísticas, dentro, dentro y fuera del circuito ecoturístico, con personal capacitado y eficiente.
- Lograr ofrecer en el mediano plazo un servicio de esparcimiento que complemente a los recursos turísticos.

Estos objetivos se desglosan en los siguientes programas.

- A. Programa de la planta gastronómica.
- B. Programa de la planta de alojamiento.
- C. Programa de servicios de esparcimiento.

Cada programa esta conformado por diferentes líneas de acción, según lo muestra el siguiente cuadro.

Cuadro 4.2 Estrategia de desarrollo de la Planta Turística.

Estrategia	Programas	Líneas de Acción
<p>Poseer en el mediano plazo una planta turística eficiente, que brinde servicios de calidad.</p>	<p>Programa de la planta gastronómica. Contar con servicios de alimentación adaptados a las necesidades de las actividades turísticas, dentro y fuera del circuito ecoturístico, con personal capacitado y eficiente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar productos con énfasis en iniciativas locales. • Implementar esquemas de participación de los residentes locales en la actividad turística. • Apoyo técnico para la obtención de financiamiento y apoyos gubernamentales, o en su caso de la iniciativa privada, para el establecimiento de espacios gastronómicos dentro del circuito ecoturístico) • Incentivar la gastronomía local, mediante concursos, talleres, muestras etc. • Capacitación en áreas prioritarias según diagnóstico de necesidades de capacitación turística.
	<p>Programa de la planta de alojamiento. Contar con servicios de hospedaje adaptados a las necesidades de las actividades turísticas, dentro, dentro y fuera del circuito ecoturístico, con personal capacitado y eficiente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar productos con énfasis en iniciativas locales. • Implementar esquemas de participación de los residentes locales en la actividad turística. • Apoyo Técnico para la obtención de Financiamiento y apoyos gubernamentales, o en su caso de la iniciativa privada, para el establecimiento de espacios de alojamiento dentro del circuito ecoturístico) - Hostales, Zonas de Campings, Trailles Parks. • Capacitación en áreas prioritarias según diagnóstico de necesidades de capacitación turística.
	<p>Programa de servicios de esparcimiento. Lograr ofrecer en el mediano plazo un servicio de esparcimiento que complemente a los recursos turísticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar productos con énfasis en iniciativas locales. • Implementar esquemas de participación de los residentes locales en la actividad turística. • Apoyo Técnico para la obtención de financiamiento y apoyos gubernamentales, o en su caso de la iniciativa privada, para el establecimiento de espacios de esparcimiento, dentro del circuito ecoturístico)

Las fichas de los proyectos de los programas establecidos son los siguientes:

Nombre del Proyecto	Plan de inversión de servicios gastronómicos	
Objetivo		
Contar con una carpeta de inversiones para el área gastronómica.		
Descripción		
Se realizara un estudio para establecer las potencialidades de crear establecimientos gastronómicos en las diferentes comunidades principalmente en las comunidades de Ventoquipa y Las Lajas, considerados los poblados base del circuito ecoturístico, además de determinar los instrumentos de incentivo y la normatividad que regirá su ejecución.		
Localización	Comunidades del circuito ecoturístico.	
Beneficiarios	Empresarios Locales- Comunidad- Turistas y el Municipio.	
Posible Fuente de Financiamiento	Secretaría de Economía Federal, Secretaría de Desarrollo Económico Estatal, Iniciativa Privada	
Responsables	Formulación	Direcciones de Desarrollo Económico y Turismo Municipal
	Ejecución	Licitación Publica
	Evaluación	Municipio, Consejo de Turismo Local
Plazo	Corto	

Nombre del Proyecto	Plan de fomento a la gastronomía local	
Objetivo		
Incentivar el rescate de la comida local y regional.		
Descripción		
El plan consiste en la creación de un fondo para la realización de concursos muestras locales e itinerantes, festivales gastronómicos donde se de énfasis en la utilización de materias primas locales en la preparación de los platillos. Dicho fondo deberá incluir las bases para los diferentes concursos de rescate gastronómico y su sistema de sustentación en el tiempo.		
Localización	Cabecera Municipal	
Beneficiarios	Empresarios Locales- Comunidad- Turistas y el Municipio.	
Posible Fuente de Financiamiento	Municipio, Inversión Privada	
Responsables	Formulación	Dirección de Turismo
	Ejecución	Licitación Publica
	Evaluación	Municipio, Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano	

Nombre del Proyecto	Plan de inversión de servicios de hospedaje	
Objetivo		
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con una carpeta de inversiones para el área de hospedaje. • Realización de estudios profesionales para la construcción de nuevos alojamientos turísticos, posadas o cabañas 		
Descripción		
<p>Se realizara un estudio para establecer las potencialidades de crear establecimientos de hospedaje además de determinar los instrumentos de incentivo y la normatividad que regirá su ejecución. En las comunidades de Ventoquipa y Las Lajas, considerados los poblados base del circuito ecoturístico, así como una zona de camping cerca de la peña del sol, en la comunidad de Altepemila, y un hostel en la ex–hacienda de palpa.</p>		
Localización	Comunidades mencionadas en la descripción	
Beneficiarios	Empresarios Locales- Comunidad- Turistas y el Municipio.	
Posible Fuente de Financiamiento	Secretaría de Economía Federal, Secretaría de Desarrollo Económico Estatal, Iniciativa Privada	
Responsables	Formulación	Direcciones de Desarrollo Económico y Turismo Municipal
	Ejecución	Licitación Publica
	Evaluación	Municipio, Consejo de Turismo Local
Plazo	Corto	

Nombre del Proyecto	Plan de inversión de servicios de esparcimiento	
Objetivo		
<p>Contar con una carpeta de inversiones para las áreas de esparcimiento y desarrollo de actividades de aventura como: escalada, rappel., tirolesa, cabalgatas, ciclismo de montaña, guías de turistas.</p>		
Descripción		
<p>Se realizara un estudio para establecer las potencialidades de promover el financiamiento a empresarios locales que arrenden u operen equipo para la práctica de las actividades de esparcimiento y aventura, además de determinar los instrumentos de incentivo y la normatividad que regirá su ejecución. En la peña del sol en Altepemila, el bosque de los Romeros, cabalgata en Las Lajas, y en el sendero de la barranca en Tilhuacán.</p>		
Localización	Comunidades mencionadas en la descripción.	
Beneficiarios	Empresarios Locales- Comunidad- Turistas y el Municipio.	
Posible Fuente de Financiamiento	Secretaría de Economía Federal, Secretaría de Desarrollo Económico Estatal, Iniciativa Privada	
Responsables	Formulación	Direcciones de Desarrollo Económico y Turismo Municipal
	Ejecución	Licitación Publica
	Evaluación	Municipio, Consejo de Turismo Local
Plazo	Corto	

4.2.3.3 Estrategia de capacitación.

Resulta evidente que el posicionamiento y la permanencia de nuestros destinos en el gusto y la preferencia del turista, dependerá en gran medida, del talento y la capacidad de innovación que el recurso humano dedicado a la actividad sea capaz de desarrollar y poner al servicio de la misma, por su parte, las empresas turísticas y sus proveedores, deberán ser los primeros convencidos de que sus inversiones en capital humano serán, sin duda, su mejor inversión, para lograr la satisfacción plena del turista.

Así contribuir al redimensionamiento y entendimiento del fenómeno turístico por parte de la sociedad, implicará un esfuerzo especial para el ayuntamiento y los actores turísticos de la región, y se constituirá en una de sus prioridades, toda vez que la falta de sensibilidad y el desconocimiento de la importancia de la actividad para la economía, la sociedad y la cultura local, se puede convertir en un inhibidor importante del desarrollo de la misma.

Objetivo general de la estrategia.

- Generar en los habitantes del municipio buenos anfitriones, creando una identidad local que fomente la cultura turística.

Objetivos específicos de la estrategia.

- Lograr capacitar a la totalidad del recurso humano, existente actualmente.
- Lograr en el mediano plazo tener una comunidad sociabilizada con la actividad turística y con un fuerte sentido de pertenencia local.

Estos objetivos se desglosan en los siguientes programas

- A. Programa de capacitación para la excelencia.
- B. Programa de talleres de sensibilización turística.

Cada programa esta conformado por diferentes líneas de acción, según lo muestra el siguiente cuadro.

Cuadro 4.3 Estrategia de Capacitación.		
Estrategia	Programas	Líneas de Acción
Generar en los habitantes del municipio buenos anfitriones, creando una identidad local que fomente la cultura turística.	Programa de Capacitación para la Excelencia Lograr capacitar a la totalidad del recurso humano, existente actualmente	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar diagnóstico sobre necesidades de capacitación. • Promover la adopción de sistemas de calidad existentes aplicables a las diversas actividades turísticas. • Desarrollar una oferta de cursos de capacitación orientados a elevar la calidad en la prestación de servicios turísticos. • Difundir la normatividad turística entre las empresas del sector. • Desarrollar programas de certificación para empresas turísticas, con base en criterios locales. • Promover entre los prestadores de servicios la certificación a través de los distintivo “H” y “M”. • Establecer y ejecutar el programa integral de capacitación y adiestramiento turístico, atendiendo al contexto y las necesidades específicas de circuito ecoturístico.
	Programa de Talleres de Sensibilización Turística Lograr en el mediano plazo tener una comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener un diagnóstico actualizado sobre la cultura turística entre la población. • Mantener actualizados de forma anual, estudios sobre la importancia económica de la actividad turística para el Estado. • Elaborar y ejecutar un programa

	sociabilizada con la actividad turística y con un fuerte sentido de pertenencia local	integral de sensibilización. <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un programa de comunicación y mercadotecnia sobre la importancia de la actividad turística. • Elaborar herramientas de cultura turística adecuadas a los públicos objetivo. • Campaña “Descubramos nuestro circuito ecoturístico” (folletería y otros medios de comunicación). • Elección de la mascota emblema del municipio. • Proceso de capacitación lúdico y recreativo sobre cultura ciudadana.
--	---	---

Las fichas de los proyectos de los programas establecidos son los siguientes:

Nombre del Proyecto	Diagnóstico y estudio de las necesidades de capacitación en el área turística	
Objetivo		
Detectar las necesidades de capacitación actual de recursos humanos para definir estrategias y prioridades de capacitación.		
Descripción		
Realización de un estudio estructurado en tres pasos, (diagnóstico, análisis FODA y gestión), que permita definir las prioridades de capacitación en el área turística.		
Localización	Regional	
Beneficiarios	Empresas, Recursos Humanos del Sector Turístico y el Municipio.	
Posible Fuente de Financiamiento	Secretaría del Trabajo y Prevención Social, Secretaría de Desarrollo Económico Estatal, SECTUR Estatal	
Responsables	Formulación	Direcciones de Desarrollo Económico y Turismo Municipal de Santiago Tulantepec y Tulancingo.
	Ejecución	Licitación Pública a Consultorías
	Evaluación	Municipio, Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano	

Nombre del Proyecto	Talleres de conciencia turística	
Objetivo		
<p>Generar la aceptación de la actividad turística, facilitando la integración y participación de la comunidad en esta actividad. Difundir el código del turista de la OMT.</p>		
Descripción		
<p>Se solicitara a la SECTUR estatal capacitar en coordinación con la SEP del Estado a los profesores de educación básica y media superior, para que a su vez ellos impartan el taller a sus alumnos y padres de familia, así mismo la Dirección de Turismo Municipal deberá de brindar este taller a los policías locales y estatales, organizaciones comunitarias y funcionarios municipales.</p>		
Localización	Municipio.	
Beneficiarios	Comunidad, Empresas, Escuelas, Organizaciones comunitarias, funcionarios municipales.	
Posible Fuente de Financiamiento	Estatad, SECTUR y SEP	
Responsables	Formulación	Dirección de Turismo Municipal y SECTUR Estatal
	Ejecución	Profesores Educación Básica y Media Superior y Dirección de Turismo
	Evaluación	Municipio, Consejo de Turismo Local y Turistas.
Plazo	Corto, Mediano y Largo	

4.2.3.4 Estrategia de Organización y Gestión del circuito ecoturístico.

Considerando la problemática planteada, se ha establecido el planteamiento de una coordinación más eficaz, la cual contenga como principales atributos el ser integral e incluyente, esto significa que la propuesta de trabajo planteada para los próximos años en materia turística, para el desarrollo del circuito ecoturístico, deberá abordar de manera integral, todos los aspectos que atañen al buen funcionamiento del sistema turístico, cuidando que la interactividad y la coordinación entre los múltiples actores del sector sean aprovechadas al máximo, la coordinación será incluyente en la medida que ésta no represente una propuesta unilateral por parte del gobierno municipal y del estado, sino que incorpore ampliamente toda una serie de propuestas e iniciativas identificadas mediante un diálogo permanente con el sector.

Objetivo general de la estrategia

- Contar en el corto plazo con organismo, integrado por la iniciativa privada, la comunidad y el gobierno municipal y estatal, que planifiquen, organicen, promuevan, comercialicen, el circuito ecoturístico.

Objetivos Específicos de la Estrategia

- Lograr organizar el sector turístico en el mediano plazo.
- Contar en el mediano plazo con planes y carteras de proyectos que permitan lograr la estrategia de organización.
- Poder contar en el corto plazo con instrumentos que permitan ordenar y organizar el sector.

Estos objetivos se desglosan en los siguientes programas.

- A. Programa de organización.
- B. Programa de gestión.

C. Programa de ordenamiento territorial y espacial.

Cada programa esta conformado por diferentes líneas de acción, según lo muestra el siguiente cuadro.

Cuadro 4.4 Estrategia de organización y gestión del circuito ecoturístico		
Estrategia	Programas	Líneas de Acción
<p>Contar en el corto plazo con organismo, con organismo, integrado por la iniciativa privada, la comunidad y el gobierno municipal y estatal, que planifiquen, organicen, promuevan, comercialicen, el circuito ecoturístico.</p>	<p>Programa de organización. Lograr organizar el sector turístico en el mediano plazo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización constante del diagnóstico integral de circuito ecoturístico. • Desarrollo de estrategias de política turística incluyentes que propicien el desarrollo sustentable. • Promover acciones de coordinación con los múltiples actores del sector. • Creación de agrupamientos turísticos para la difusión y promoción del corredor ecoturístico. • Definir de manera consensuada los ámbitos de competencia de los distintos organismos que participan en el sector.
	<p>Programa de gestión. Contar en el mediano plazo con planes y carteras de proyectos que permitan lograr la estrategia de organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la creación de un fondo local de fomento turístico. • Implementación de un plan de marketing • Implementar sistemas de información estadística.
	<p>Programa de ordenamiento territorial y espacial. Poder contar en el corto plazo con instrumentos que permitan ordenar y organizar el sector</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promover la creación de programas de ordenamiento territorial y ecológico, conforme a la vocación del uso del suelo, según la normatividad que establece la SEMARNAT, como autoridad ambiental, y con base en la Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al ambiente. • Coadyuvar en el buen funcionamiento de los mecanismos para el seguimiento de los programas de ordenamiento para el circuito turístico. • Impulsar la adopción de criterios de la Agenda 21 local en la región

Las fichas de los proyectos de los programas establecidos son los siguientes:

Nombre del Proyecto	Rediseño de la Dirección de Turismo Municipal.	
Objetivo		
<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir a la organización y gestión de la actividad turística • Profesionalizar la gestión turística • Establecer un perfil profesional para la elección del servidor público municipal que sirva de nexo entre el sector turismo y el municipio. 		
Tareas y Funciones		
<p>El rediseño de la Dirección de Turismo servirá para realizar las siguientes funciones y Tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar y proponer cursos y talleres de capacitación en los diversos elementos que componen la oferta turística del municipio. • Evaluar en conjunto con otros organismos públicos que se cumplan con los estándares establecidos para los servicios turísticos (alojamiento, alimentación, esparcimiento). • Diseñar y elaborar un calendario anual de actividades programadas. • Crear y mantener actualizada una base de los diversos agentes de desarrollo local (consultorías técnicas, fuentes de financiamiento, agentes capacitadores etc.). • Desarrollar estrategias de marketing turístico del circuito ecoturístico. • Asesorar a los diversos agentes que intervienen en el sector turístico tanto públicos como privados. • Diseñar y evaluar campañas de concientización turística dirigida a la comunidad, seguridad pública, funcionarios municipales, prestadores de servicios turísticos, personal de contacto, turistas. 		
Localización	Municipio.	
Beneficiarios	Comunidad, empresas, escuelas, organizaciones comunitarias, funcionarios municipales.	
Posible Fuente de Financiamiento	Municipal	
Responsables	Formulación	Dirección de Turismo.
	Ejecución	Dirección de Turismo
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Corto	

Nombre del Proyecto	Manual de funciones para el desarrollo del circuito ecoturístico.	
Objetivo		
Determinar las funciones y responsabilidades de las diferentes áreas que conforman el ayuntamiento municipal en el desarrollo del plan estratégico.		
Descripción		
La creación del manual permitirá mejorar la gestión municipal al delimitar y especificar las funciones de los agentes públicos municipales. Para su elaboración se contratara una consultoría externa la cual deberá realizar dicho manual en forma participativa con todos los miembros del ayuntamiento municipal.		
Localización	Municipio.	
Beneficiarios	El Municipio.	
Posible Fuente de Financiamiento	Municipal	
Responsables	Formulación	Consultoría Externa
	Ejecución	Consultoría Externa
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano.	

Nombre del Proyecto	Creación de agrupamiento turístico	
Objetivo		
Conformar un clúster empresarial turístico, para la promoción, difusión y comercialización del circuito ecoturístico.		
Descripción		
La conformación del agrupamiento permitirá obtener mayores beneficios a los empresarios del sector turístico en la comercialización del circuito ecoturístico, por lo que es necesario organizarlos eficazmente.		
Localización	Municipio.	
Beneficiarios	Empresarios, el municipio	
Posible Fuente de Financiamiento		
Responsables	Formulación	Direcciones de Turismo y Desarrollo Económico
	Ejecución	Agrupamiento Turístico
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano.	

Nombre del Proyecto	Manual de ordenamiento territorial	
Objetivo		
<ul style="list-style-type: none"> • Coadyuvar en el buen funcionamiento de los mecanismos para el seguimiento de los programas de ordenamiento para el circuito turístico. • Uniformar los requisitos y estándares del sector. • Mejorar la urbanización del sector • Poseer una imagen arquitectónica del sector • Regular los flujos turísticos según las potencialidades de las zonas y sus capacidades de carga (ambiental, instalaciones). 		
Descripción		
<p>La creación del manual permitirá unificar criterios de edificación y construcción, así como la distribución geográfica de los diferentes establecimientos, conforme a la vocación del uso del suelo, según la normatividad que establece la SEMARNAT, como autoridad ambiental, y con base en la Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al ambiente., además de impulsar la adopción de criterios de la Agenda 21 local en la región</p> <p>En una primera etapa del proyecto se definirán los criterios de ordenamiento, construcción y edificación de los establecimientos en forma participativa.</p> <p>En una segunda etapa se implementara el manual en forma progresiva y por ultimo se procederá a evaluar el seguimiento así como las sanciones por el no cumplimiento de los lineamientos.</p>		
Localización	Municipio.	
Beneficiarios	Empresarios, Municipio, Turistas.	
Posible Fuente de Financiamiento		
Responsables	Formulación	Consejo de Turismo Local
	Ejecución	Dependiendo de las dependencias involucradas según el manual.
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano.	

Nombre del Proyecto	Creación del Consejo de Turismo Local.	
Objetivo		
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar en forma participativa el desarrollo turístico local • Implementar el presente plan estratégico. • Evaluar el plan estratégico. 		
Tareas y Funciones		
<ul style="list-style-type: none"> • Velar por una correcta implementación de las estrategias establecidas en forma consensuada con los diferentes organismos de representación. • Evaluar periódicamente los logros alcanzados y sus repercusiones locales. • Realizar medidas de corrección de las estrategias mediante la retroalimentación de las mismas. • Realizar una evaluación general del Circuito Ecoturístico cada 3 años. 		
Localización	Municipio.	
Beneficiarios	Empresarios, el municipio, los turistas.	
Posible Fuente de Financiamiento	Empresarios	
Responsables	Formulación	Departamento de Turismo y Cabildo Municipal
	Ejecución	El propio Consejo de Turismo
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Corto	

Nombre del Proyecto	Fondo de fomento turístico.	
Objetivo		
Resolver problemas comunes de financiamiento y promoción de la Inversión del circuito ecoturístico, generando la competitividad y productividad, integrando modernas técnicas de gestión.		
Tareas y Funciones		
El proyecto buscara implementar la creación de un fondo municipal que financie iniciativas locales de fomento turístico, en la primera etapa se buscaran los diferentes sistemas de financiamiento publico y privado, la creación de las bases del concurso. Entre las actividades a financiar pueden encontrarse: Desarrollo de productos integrados, mejoramiento de la comercialización, promoción asociativa, estudios, capacitación, etc.		
Localización	Municipio.	
Beneficiarios	Sector Turismo (micros y pequeños empresarios)	
Posible Fuente de Financiamiento		
Responsables	Formulación	Consejo de Turismo Local
	Ejecución	Consultoría Externa
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano.	

Nombre del Proyecto	Plan de marketing del circuito ecoturístico.	
Objetivo		
Promover el circuito ecoturístico como un destino turístico en forma sistemática según objetivos estratégicos priorizados		
Descripción		
La creación del plan de marketing deberá incluir un estudio de mercado, un análisis prepositivo y la realización de estrategias de comercialización que incluyan soportes y medios de comunicación eficaces, además del diseño de la marca turística y el slogan del circuito ecoturístico.		
Localización	Municipio.	
Beneficiarios	Comunidad, Empresarios y el Municipio	
Posible Fuente de Financiamiento		
Responsables	Formulación	Consultoría externa
	Ejecución	Licitación Publica
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano.	

Nombre del Proyecto	Política turística del circuito ecoturístico.	
Objetivo		
Definir todas las políticas, normativas, reglamentos, planes en un solo cuerpo jurídico para la regulación de la operación del circuito ecoturístico.		
Descripción		
Crear la normatividad que regule el sector, que incluya sanciones y sistemas de fiscalización e implementación de instrumentos que compongan dicha normatividad en base a la subordinación de las leyes y planes federales y estatales.		
Localización	Municipio.	
Beneficiarios	Comunidad, Empresarios, turistas	
Posible Fuente de Financiamiento		
Responsables	Formulación	Cabildo Municipal, Asesoría Externa
	Ejecución	Consejo de Turismo Local, mediante el apoyo de las entidades involucradas en la Normatividad.
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano.	

4.2.3.5 Estrategia de Recursos Turísticos.

Los competitivos mercados turísticos modernos presentan como una de sus características, una demanda exigente y variada que busca nuevas alternativas de viaje con experiencias únicas en contextos especiales. Por el lado de la oferta, el municipio debe cambiar la visión tradicional, enfocándose en la exploración de nuevos nichos especializados que, atendiendo demandas específicas, les permiten poner en valor sus activos específicos turísticos. En este sentido, se debe impulsar y fortalecer, la oferta del producto turístico, promoviendo siempre el desarrollo sustentable de las comunidades a través del ecoturismo y de aventura.

La estrategia de recursos turísticos esta compuesta de dos programas de acción con sus respectivos perfiles de proyecto, todo esto para alcanzar los siguientes objetivos.

Objetivo general de la estrategia.

- Lograr en el mediano plazo, poner en valor los recursos turísticos con que cuenta el municipio, para el desarrollo del circuito ecoturístico, mediante el desarrollo de acciones y proyectos específicos.

Objetivos específicos de la estrategia.

- Lograr el mejoramiento cualitativo y cuantitativo de los recursos turísticos mediante infraestructura e instalaciones turísticas, mediante inversión y diseño e implementación de actividades de esparcimiento y recreación.
- Lograr mediante la profesionalización la puesta en valor de diferentes eventos actuales y potenciales.

Estos objetivos se desglosan en los siguientes programas.

- A. Programa de recursos naturales y de sitio.
- B. Programa de eventos programados.

Cada programa esta conformado por diferentes líneas de acción, según lo muestra el siguiente cuadro.

Cuadro 4.5 Estrategia de recursos turísticos.		
Estrategia	Programas	Líneas de Acción
Lograr en el mediano plazo, poner en valor los recursos turísticos con que cuenta el municipio, para el desarrollo del circuito ecoturístico, mediante el desarrollo de acciones y proyectos específicos.	Programa de recursos naturales y de sitio. Lograr el mejoramiento cualitativo y cuantitativo de los recursos turísticos mediante infraestructura e instalaciones turísticas, mediante inversión y diseño e implementación de actividades de esparcimiento y recreación.	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización y valorización del inventario de los atractivos turísticos. • Estudio de la capacidad de carga turística • Construcción y adecuación del centro de visitantes y de interpretación del patrimonio natural del municipio • Demarcación y señalización de senderos ecoturísticos. • Definición de las actividades ecoturísticas y de aventura a realizar en el circuito ecoturístico. • Reforzamiento del proyecto del parque ecoturístico de venado cola blanca • Potenciar a los manantiales los cangrejos, como un balneario.
	Programa de eventos programados Lograr mediante la profesionalización la puesta en valor de diferentes eventos actuales y potenciales.	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar eventos de carácter deportivo y recreativo. • Reforzamiento en la promoción y difusión de la carrera de Down Hill.

Las fichas de los proyectos de los programas establecidos son los siguientes:

Nombre del Proyecto	Plan de inversión poblados base “Las Lajas” y “Ventoquipa”	
Objetivo		
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con una carpeta de inversiones para la construcción de las áreas de recepción del circuito ecoturístico. • Contar con un espacio físico donde se proporcione información turística del circuito ecoturístico. • Facilitar y orientar las actividades de los visitantes. 		
Descripción		
El proyecto pretende dotar en las comunidades de Las Lajas y Ventoquipa, áreas de recepción para proveer información de los atractivos y servicios turísticos del circuito ecoturístico, así como en su caso de la prestación de los servicios de guía de turistas, entre otros, para solicitar la renta de equipo (bicicletas, escalada, rapel, entre otros).		
Localización	Las Lajas y Ventoquipa	
Beneficiarios	Empresarios, el Municipio y Turistas	
Posible Fuente de Financiamiento		
Responsables	Formulación	Consultoría Externa
	Ejecución	Licitación Pública
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano.	

Nombre del Proyecto	Parque Ecoturístico Los Romeros	
Objetivo		
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con una carpeta de inversiones para la construcción de un Parque ecoturístico en la actual unidad de medio ambiente denominado criadero de venado cola blanca. • Potenciar el valor turístico del criadero de venado cola blanca. • Aumentar la demanda de visitantes. 		
Descripción		
El proyecto ya fue presentado a la SECTUR del Estado de Hidalgo, aprobándose tres millones de pesos para los inicios de los trabajos, el proyecto consiste en desarrollar un parque ecoturístico, en donde se contara como atractivo principal a los venados cola blanca, además de contar con talleres, senderos interpretativos de la fauna del lugar entre otras actividades.		
Localización	Los Romeros	
Beneficiarios	Empresarios, Comunidad, el Municipio y Turistas	
Posible Fuente de Financiamiento	SECTUR del Estado de Hidalgo	
Responsables	Formulación	Municipio
	Ejecución	Licitación Pública
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano.	

Nombre del Proyecto	Criadero de avestruces	
Objetivo		
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con una carpeta de inversiones para mejorar las instalaciones del actual criadero de avestruces. • Poner en valor el criadero de avestruces. 		
Descripción		
El proyecto consiste en poner en valor el criadero, mediante la inversión de equipamiento, de servicios básicos, instalaciones, mantenimiento y adquisición de más especies. Se deberá de establecer un plan de inversión progresiva, y su fuente de financiamiento, así como el organismo encargado de su gestión y control.		
Localización	Altepemila.	
Beneficiarios	Comunidad, el Municipio y Turistas	
Posible Fuente de Financiamiento	SAGARPA	
Responsables	Formulación	Dirección de Turismo y Dirección de Desarrollo Económico
	Ejecución	Licitación Pública
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano.	

Nombre del Proyecto	Mirador de la peña del sol	
Objetivo		
<ul style="list-style-type: none"> • Potenciar el Valor Turístico de la Peña del Sol. • Proteger las pinturas rupestres que existen en el sitio. 		
Descripción		
La idea es la adecuación de un mirador, para poder apreciar mejor la hermosa vista que nos proporciona el lugar, dicho mirador tendrá un barandal de protección. Así mismo se podrán desarrollar actividades de tirolesa, escalada y rappel.		
Localización	Altepemila.	
Beneficiarios	Comunidad, el Municipio y Turistas	
Posible Fuente de Financiamiento	SECTUR	
Responsables	Formulación	Dirección de Turismo y Dirección de Desarrollo Económico
	Ejecución	Licitación Pública
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano.	

Nombre del Proyecto	Cuevas de Tilhuacán	
Objetivo		
<ul style="list-style-type: none"> • Poner en Valor Turístico las cuevas 		
Descripción		
Adecuar el sitio turístico, para el disfrute y protección de las cuevas, así como de los visitantes.		
Localización	Tilhuacán	
Beneficiarios	Comunidad, el Municipio y Turistas	
Posible Fuente de Financiamiento	SECTUR	
Responsables	Formulación	Dirección de Turismo y Dirección de Desarrollo Económico
	Ejecución	Licitación Pública
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano.	

Nombre del Proyecto	Sendero de la barranca	
Objetivo		
<ul style="list-style-type: none"> • Poner en Valor Turístico el Sendero 		
Descripción		
Adecuar el sitio turístico, para el disfrute y protección de barranca, así como de sus visitantes.		
Localización	El Salado	
Beneficiarios	Comunidad, el Municipio y Turistas	
Posible Fuente de Financiamiento	SECTUR	
Responsables	Formulación	Dirección de Turismo y Dirección de Desarrollo Económico
	Ejecución	Licitación Pública
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano.	

Nombre del Proyecto	Balneario Manantiales los cangrejos	
Objetivo		
<ul style="list-style-type: none"> • Poner en Valor Turístico los Manantiales 		
Descripción		
Adecuar el sitio turístico, para el disfrute y protección de los Manantiales, así como de sus visitantes.		
Localización	Ventoquipa	
Beneficiarios	Comunidad, el Municipio y Turistas	
Posible Fuente de Financiamiento	SECTUR	
Responsables	Formulación	Dirección de Turismo y Dirección de Desarrollo Económico
	Ejecución	Licitación Pública
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano.	

Nombre del Proyecto	Área de esparcimiento los Ahuehuetes	
Objetivo		
<ul style="list-style-type: none"> • Poner en Valor Turístico los Ahuehuetes 		
Descripción		
Adecuar el sitio turístico, para el disfrute y protección de los ahuehuetes, así como de sus visitantes.		
Localización	Ventoquipa	
Beneficiarios	Comunidad, el Municipio y Turistas	
Posible Fuente de Financiamiento	SECTUR	
Responsables	Formulación	Dirección de Turismo y Dirección de Desarrollo Económico
	Ejecución	Licitación Pública
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano.	

Nombre del Proyecto	Sendero principal La Vía	
Objetivo		
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar trazado y replanteo del sendero actual que fue dejado por la ruta del tren, además de la señalización para poder realizar el Circuito Ecoturístico. 		
Descripción		
Adecuar el sendero, para el desplazamiento de los turistas a los diferentes atractivos turísticos, ya sea por medio de bicicletas o caminando.		
Localización	Ruta del tren, desde la comunidad de Las Lajas hasta Ventoquipa.	
Beneficiarios	Comunidad, el Municipio y Turistas	
Posible Fuente de Financiamiento	SECTUR	
Responsables	Formulación	Dirección de Turismo y Dirección de Desarrollo Económico
	Ejecución	Licitación Pública
	Evaluación	Consejo de Turismo Local
Plazo	Mediano.	

Conclusiones y Recomendaciones

El resultado fundamental de este documento como instrumento de planificación, es la eficiente gestión, toma de decisiones y evaluación, sobre las acciones e impactos que puede generar el desarrollo del circuito ecoturístico, en la población de las comunidades involucradas en el proyecto.

Se concluye, mediante el diagnóstico realizado al municipio para identificar sus potencialidades y limitaciones, que:

- Mediante el levantamiento del inventario turístico, los sitios evaluados cuentan con características para ser aprovechados como atractivos turísticos, aunque en algunos casos existen deficiencias, por la falta de señalización, accesos en regular estado, mínima o en su caso inexistente afluencia de visitantes, provocado por la falta de infraestructura general y turística.
- Se manifiesta la existencia de acciones en cuanto a la construcción de infraestructura carretera que atravesará en su gran mayoría por las comunidades involucradas en el proyecto, comunicándose a la principal vía carretera, así como la construcción de un hospital regional que cubrirá la demanda de las comunidades de la región así como de los visitantes que así lo requieren.
- En la mayoría de los sitios no se cuenta con establecimientos que satisfagan las necesidades de los visitantes, por lo cual se recurre a la planta turística que existe en el municipio de Tulancingo, desaprovechando la derrama económica que la prestación de estos servicios generaría a las comunidades del municipio, en cuanto a la que existe, en promedio se puede catalogar de buena, ya que algunos de ellos cuentan con la certificación de los distintivos M y H que otorgan la Secretaría de Turismo, avalado en el caso del distintivo H por la Secretaría de Salud, aun así se requiere de capacitación a la mayoría de los prestadores de servicios turísticos.

- En cuanto a la superestructura se manifiesta una cordial y eficiente coordinación entre la Secretaría de Turismo Federal con la Secretaría de Turismo de Hidalgo y a su vez esta, con la Dirección de Turismo del municipio, aunque no de manera integral ya que sólo se considera la promoción y difusión de los atractivos turísticos ya existentes en la pagina de internet de la SECTUR Hidalgo y de folletos proporcionados, sólo a nivel local, además de la impartición de talleres y cursos de cultura y sensibilización turística en periodos vacacionales a personal de contacto del municipio.
- En cuanto al sector empresarial, está representado a través de la Asociación Hidalguense de Hoteles y Moteles Delegación Tulancingo y de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados Delegación Tulancingo, cuyas funciones se ven limitadas a la relación de sus agremiados con el gobierno, en cuanto a regulación, no así como un actor importante en el planteamiento y desarrollo de proyectos y productos turísticos que generen un incremento en la demanda.
- La comunidad desconoce la importancia de sus recursos para la práctica del turismo, mostrando desinterés para involucrarse en el desarrollo de proyectos que les generen beneficios socioeconómicos, siendo a través de sus representantes comunales la relación para proporcionar información y orientación para definir su participación pasiva o activa en proyectos y programas municipales, regionales o federales según sea el caso.

Es por ello que a través de este documento se recomienda:

- El desarrollo de un circuito ecoturístico como producto turístico, en torno al cual se puede articular el proceso de desarrollo local en el municipio de Santiago Tulantepec.
- Elaborar un documento rector, que favorezca la generación de mayor sinergia entre los agentes sociales participantes de la actividad turística, y que se expanda al conjunto de actividades actuales.

- Incorporar al circuito ecoturístico como un instrumento estratégico de desarrollo local, no sólo por las condiciones inherentes a la región, ya demostradas en su diagnóstico como potenciales para el desarrollo de las actividades ecoturísticas y de aventura, sino por la posición clave del turismo en el contexto de la actividad económica a nivel nacional y mundial, y sus vínculos al desarrollo y preservación sustentable del medio ambiente.
- El circuito planificado en forma integral significará un factor importante de desarrollo, que beneficie económicamente tanto a la población local como a los actores públicos y privados relacionados con la actividad, por lo que se recomienda que el plan estratégico que se deriva de la presente investigación, se inserte en un plan integral de desarrollo municipal, a través de las siguientes líneas de acción:
 - Mejoramiento de la infraestructura que soporte el desarrollo de la actividad turística y el disfrute del municipio a los visitantes.
 - Desarrollo y mejoramiento de la oferta turística.
 - Capacitación del talento humano y sensibilización de la comunidad.
 - Creación de una organización institucional que asuma el liderazgo y la gestión del desarrollo turístico del circuito ecoturístico del municipio, integrado por los agentes sociales, para su mayor efectividad y compromiso.
 - Impulsar y fortalecer, la oferta del producto turístico, promoviendo siempre el desarrollo sustentable de las comunidades a través del ecoturismo y turismo de aventura.
- Mayor compromiso por parte del gobierno municipal, que limitado por el periodo de tres años en la administración, y al no ver los beneficios a corto plazo, no motiva la gestión y desarrollo del proyecto dado que no verá reflejados los resultados dentro de su ejercicio correspondiente. Por lo tanto se requiere del apoyo de los demás agentes sociales a través de un comité o consejo local de

turismo, como ya se planteó en la estrategia de organización y gestión, que permita la consistencia y seguimiento del plan.

- Implementar un modelo de gestión participativo y de integración multisectorial, con base a la integración de foros y talleres en los que la población, amplíe, participe y decida el perfil de desarrollo en torno al circuito ecoturístico.

Las propuestas presentadas en los párrafos anteriores, servirán de guía para el desarrollo eficiente del circuito ecoturístico, en dado caso de que no sean consideradas, los riesgos podrían ser:

- Los visitantes no asociaran, los recursos dentro del circuito y por lo tanto no tendrán interés en generar e incrementar su consumo turístico en la región.
- Se desarrollará actividades turísticas, de mala calidad, repercutiendo en ineficientes o en su caso nulos beneficios socioeconómicos.
- La inversión pública mantendrá su línea de acción en infraestructura vial y servicios básicos en los lugares urbanos, faltando inversión para mejorar la puesta en valor de los recursos que no podrán por lo tanto considerarse turísticos, por ende no se promoverá la inversión privada que consolide la generación de empleos y de nuevos ingresos tanto para la población como para el sector empresarial.
- Los programas de asistencia técnica por parte de organismos públicos y privados, se darán según los planteamientos políticos imperantes, lo cual repercutirá negativamente en las comunidades que al no tener opciones de desarrollo emigren inevitablemente a otras regiones, sin que esto les asegure un mejoramiento en su calidad de vida.
- El medio ambiente puede ser el más perjudicado por la inexistencia de un plan de ordenamiento, por la contaminación que puedan propiciar otras actividades económicas, o en su caso en la práctica desorganizada de algunas actividades turísticas.

- La comunidad, seguirá teniendo una posición observante con respecto al turismo, debido a la falta de organismos (públicos y privados) encargados de dirigirla eficientemente y hacerla participe del desarrollo.
- La integración con otras áreas se dará principalmente con la producción de autoconsumo agropecuaria.
- Irremediablemente, debido a las condiciones actuales de los criaderos de avestruz y venado cola blanca y al no tener mejores opciones de proyectos productivos los apoyos gubernamentales dejaran de fluir y por lo tanto tendrán dejaran de funcionar, en el caso de la peña del sol, esta terminará erosionándose en cuanto a sus pinturas rupestres, la ex hacienda de Palpa, no encontrará opción alguna para mantenerse, así como los demás recursos naturales manifestados en el circuito, tal es el caso de los manantiales los Cangrejos, los cuales además de tener un uso de consumo potable para los habitantes, el resto del fluido en el mejor de los casos, seguirá corriendo para ser usado como aguas de riego, o en el peor de los casos contaminándose al mezclarse con otras corrientes de agua.
- Al no existir recurso humano calificado y cualificado, el desarrollo del turismo en los pocos atractivos considerados como turísticos, permanecerán en una fase incipiente, y no podrán evolucionar a una fase más avanzada, aun existiendo una adecuada institucionalidad que apoye el desarrollo como hasta la fecha lo viene haciendo la SECTUR del estado.
- Esto último llevaría a seguir sin contar con una cartera de servicios turísticos, la cual en vez de atraer más visitantes los desviaría hacia otros lugares.
- Todo lo anterior mencionado llevaría a tener siempre un tipo de turismo exploratorio, indefinido, y al no estar claro el tipo de turismo a desarrollar, no se podría realizar una segmentación adecuada a la cual dirigir los esfuerzos promocionales y poder priorizar el tipo de inversión necesaria.

En un escenario intervenido, planificado y organizado, se podría tener los siguientes resultados.

- Se contaría con una visión turística que permitirá orientar las acciones necesarias para direccionar los esfuerzos humanos, financieros y técnicos maximizando sus beneficios en pro del desarrollo sustentable de la actividad turística, dando una adecuada puesta en valor a los recursos turísticos.
- Se implementarían servicios de alojamiento y alimentación, con instalaciones de calidad en base a los requerimientos de la actividad ecoturístico y de aventura, mediante mayor inversión y capacitación a su personal.
- Los servicios de esparcimiento complementarían a los recursos culturales y naturales para potencializarlos como turísticos, mediante la realización de eventos culturales, deportivos y recreacionales, esto acompañado de un plan de promoción y calendarización por tipo de turismo, segmento, temporalidad y recursos existentes.
- El circuito ecoturístico podría impulsar la inversión pública en los lugares no priorizados en los planes actuales de desarrollo municipal y estatal.
- El ordenamiento territorial llevaría a una mejor integridad con otras ramas productivas existentes en el territorio, así como un mejor manejo ambiental.
- La asistencia técnica especializada ayudaría a la capacitación y mejoramiento de la calificación del recurso humano, así como al fomento productivo de la actividad, focalizando los recursos en lugares donde técnicamente es justificable hacerlo, lo mencionado anteriormente permitirá a la comunidad, ser partícipe de su propio desarrollo dentro de una planificación adecuada.
- Al definir un producto turístico especializado, la captación de mercados se dará con los beneficios que este genere a través del consumo turístico que realicen, aprovechándose, de mejor manera las ventajas comparativas y competitivas que se tienen respecto a los posibles competidores dentro de la región y la información de la oferta se hace mas oportuna y en términos de conocimiento del sector.

Glosario.

Accesibilidad: Propendiendo a la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los seres humanos y sectores de la sociedad, incentivando las mejoras y la rápida equiparación de oportunidades.

Actividad Turística: Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista, son también aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo.

Atractivos turísticos: Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico, los principales son los que poseen atributos convocantes con aptitud de generar visitantes, por sí; los complementarios son los que en suma o adicionados a los principales hacen un lugar o zona turística.

Cabalgata: Recorridos a caballo en áreas naturales (pueden ser mulas y burros), el objetivo central es la experiencia misma de montar y conocer sobre el manejo y hábitos de estos animales.

Caminata: La forma principal de locomoción en el hombre se ha convertido en una actividad recreativa, esta actividad es una de las de mayor aceptación y demanda, las rutas o circuitos de caminata de preferencia deben estar previamente establecidas y dosificadas de acuerdo al perfil del turista que la va a practicar (niños, jóvenes, adultos, tercera edad, grupos pequeños o numerosos, entre otros).

Canales de distribución: Estructura de comercialización formada por la propia organización de la venta del producto, más las organizaciones de ventas individuales de todos aquellos intermediarios que participan en el proceso de comercialización del producto considerado.

Ciclismo de montaña: Recorrido a campo traviesa utilizando como medio una bicicleta para todo terreno, la actividad se desarrolla sobre caminos de terracería, brechas y veredas angostas con grados diversos de dificultad técnica y esfuerzo físico.

Escalada en roca: Implica el ascenso por paredes de roca empleando manos y pies como elemento de progresión, el uso de técnicas y equipos especializados permite el desplazamiento seguro, la escalada en bloques de roca (desplazamiento horizontal dominante) se conoce como bouldering.

Demanda Turística: Conjunto de consumidores de una determinada oferta de servicios turísticos, o conjunto de bienes o servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino.

Distintivo M: Es un sistema de gestión para el mejoramiento de la calidad, a través del cual, las empresas turísticas podrán estimular a sus colaboradores e incrementar sus índices de rentabilidad y competitividad, con base en una forma moderna de dirigir y administrar una empresa turística, condiciones que le permitirán satisfacer las expectativas de sus clientes.

Distintivo H: Es un reconocimiento que otorgan la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Salud, a aquellos establecimientos fijos de alimentos y bebidas: (restaurantes en general, restaurantes de hoteles, cafeterías, fondas etc.), por cumplir con los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F605 NORMEX 2004

Guía de turismo: Facilitador, cuya misión es informar, asistir y atender al turista durante una visita u otro servicio técnico-informativo turístico de asistencia.

Itinerario: Se refiere a la descripción de una ruta, un camino recorrido, o también una ruta o trayecto que se sigue para llegar a un lugar.

Norma Mexicana. La que elabore un organismo nacional de normalización, o la Secretaría de Economía, en los términos de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, que prevé para un uso común y repetido reglas, especificaciones, atributos, métodos de prueba, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, instalación, sistema, actividad, servicio o método de producción u operación, así como aquellas relativas a terminología, simbología, embalaje, marcado o etiquetado.

Norma Oficial Mexicana. La regulación técnica de observancia obligatoria expedida por las dependencias competentes, que establece reglas, especificaciones, atributos, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, instalación, sistema, actividad, servicio o método de producción u operación, así como aquellas relativas a terminología, simbología, embalaje, marcado o etiquetado y las que se refieran a su cumplimiento o aplicación

Observación de fauna: Actividad recreativa, donde el turista puede ser principiante o experto, y consiste en presenciar la vida animal en su hábitat natural.

Observación de flora: Observación e interpretación del universo vegetal, en cualquiera de sus manifestaciones, tradicionalmente se incluyen también hongos y líquenes.

Paquete turístico: Conjuntos de servicios que incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc; puede o no incluir el transporte de aproximación y se vende a un precio global, y son adquiridos en un solo acto de compra.

Patrimonio turístico: Se define por la relación entre los atractivos turísticos (materia prima), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema).

Prestador del Servicio Turístico. La persona física o moral que habitualmente proporcione, intermedie o contrate con el turista, la prestación de los servicios turísticos

Programa: Conjunto ordenado de acciones desarrolladas en un tiempo determinado.

Recreación: Es el conjunto de actividades no lucrativas que el hombre realiza en su tiempo libre dentro del lugar o zona de residencia, es una forma de uso del tiempo libre en períodos reducidos de tiempo, utilizando instalaciones urbanas al aire libre, o en espacios cubiertos, la demanda puede ser masiva

(balnearios), selectivo (clubes, casa fin de semana, etc.), popular (bajo costo), subvencionadas (colonias de niños).

Servicios: Actividad, beneficios o satisfacciones que se ofrecen para su venta, cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra y que es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada.

Rappel: Técnica de descenso con cuerda fija y con auxilio de equipos y técnicas especializadas. Se realiza generalmente en espacios abiertos y en forma vertical.

Safari fotográfico: Captura de imágenes a través de la apreciación de todas las expresiones del medio natural visitado (flora y fauna, ecosistemas, fenómenos geológicos, etc.), a pesar de ser una actividad no depredadora emplea técnicas y elementos propios de la cacería.

Segmentación: Término utilizado para dividir el conjunto del mercado turístico (real o potencial) en subconjuntos lo más homogéneos posibles, para la determinación y fijación de políticas, estrategias y técnicas puntuales de promoción por parte de la empresa turística.

Talleres de educación ambiental: Actividades didácticas, en contacto directo con la naturaleza y en lo posible, involucrando a las comunidades locales, su finalidad es sensibilizar y concientizar a los participantes de la importancia de las relaciones entre los diferentes elementos de la naturaleza.

Tirolesa: Consiste de una polea suspendida por cables montados en un declive o inclinación, Se diseñan para que las personas que la practican sean impulsadas por gravedad y deslizarse desde una parte superior hasta el fondo mediante un cable, usualmente cables de acero inoxidable.

Turista: Visitantes que permanecen al menos 24 horas pero no más de un año en el país que visitan y cuyos motivos de viaje pueden clasificarse del modo siguiente: a) placer, distracción, vacaciones, deporte; b) negocios, visita a amigos o parientes, misiones, reuniones, conferencias, salud, estudios, religión.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- **BOULLON ROBERTO**, (2004) Planificación del Espacio Turístico, Trillas, México.
- **BOULLON ROBERTO**, (2003) Los Municipios turísticos, Trillas, Segunda Edición, México.
- **CARBALLO SANDOVAL ARTURO**, Concepción y Perspectiva del Ecoturismo en México, Ecotravels in América Latina, www.planeta.com, Diciembre 2001. (Consultado en Agosto 2007)
- **CEBALLOS LASCURAIN HECTOR** (1994), Estrategia Nacional de Ecoturismo para México, Cd. de México D.F. México, SECTUR.
- **CESTUR**. (s. f.) Manual para la Identificación, Formulación y Evaluación de Empresas de Turismo Rural en México. Cd. de México D.F. México, SECTUR.
- **CESTUR** (2000) Estudio de Gran Visión del Turismo en México: Perspectiva 2020, Cd. de México D.F. México, SECTUR
- **CESTUR** (2006) Perfil y Grado de Satisfacción del Turista que viaja en México por motivos de Ecoturismo, Cd de México D.F. México SECTUR
- **DRUMM ANDY Y MOORE Alan** (2005) Desarrollo del Ecoturismo Un manual para los profesionales de la conservación, Volumen I Segunda Edición, Arlington, Virginia, USA, The Nature Conservancy.
- **GOBIERNO DEL ESTADO DE HIDALGO** (2002) Municipios de Hidalgo, CD, Pachuca de Soto, Sedesol, Julio 2007.
- **OBSERVATORIO EUROPEO LEADER** (2001) Marzo "Innovación en el Medio Rural" Cuaderno de la Innovación N° 12, Guía Pedagógica sobre la elaboración y la aplicación de un proyecto de senderismo. Pág. 13
- **HERNÁNDEZ SAMPIERI Y OTROS** (2004) Metodología de la Investigación, Mc Graw Hill, México.
- **IUCN** - The World Conservation Union. (1997) Resolutions and Recommendations. World Conservation Congress, Montreal, Canada, 13-23 October 1996. p. 60.

- **MUNICIPIO DESANTIAGO TULANTEPEC** (2006) Plan Municipal de Desarrollo, Administración 2006-2009
- **MUNICIPIO DE SANTIAGO TULANTEPEC** Edición 2007,2008 Administración 2006-2009, Primer y Segundo Informe Gobierno Municipal.
- **NACIONES UNIDAS** (Departamento De Información Económica y Social y Análisis de Políticas. División de Estadística) (1994): Recomendaciones sobre estadísticas del turismo, número de venta S.94.XVII.6., ed. Naciones Unidas, Nueva York, p.5
- **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO** (O.M.T.) (1993): Definiciones relativas a las estadísticas del turismo, Ed. O.M.T. Madrid, p. 9.
- **SECTUR** (2005) El Turismo en México en 2005, Cifras Preliminares, Cd de Mexica D.F. México, SECTUR.
- **SECTUR** (2004) Fascículo I de Turismo Alternativo, Una nueva forma de hacer Turismo, México D.F. México SECTUR.
- **SECTUR** (2004) Fascículo 2 Serie Turismo Alternativo, Como desarrollar un Proyecto de Ecoturismo, Cd. de México D.F. México, SECTUR.
- **SECTUR** (2004) Fascículo 5 de Turismo Alternativo, Guía para el diseño y operación de Senderos Interpretativos, México D.F. México SECTUR.
- **SECTUR** (Sin Fecha) Planeación y Gestión del Desarrollo Turístico Municipal, México D.F. México, SECTUR.
- **SECTUR** (Sin Fecha) Fascículo III Como desarrollar productos turísticos competitivos, México D.F. México SECTUR.
- **SECTUR** (Sin Fecha) Fascículo V Integración de Agrupamientos turísticos Clúster Turísticos, México D.F. México SECTUR.
- **SECTUR** (2001) Serie de Documentos Técnicos en Competitividad, Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios, México D.F. México SECTUR.
- **SECTUR HIDALGO**, Turismo en Cifras, Presentación Audiovisual (2007)
- **SECRETARÍA DE ECONOMIA** (2006) NMX-AA-133-SCFI-2006 REQUISITOS Y ESPECIFICACIONES DE SUSTENTABILIDAD DEL ECOTURISMO.

- **SEMARNAT** Guía Normatividad Ambiental, Aplicable al Ecoturismo Comunitario. Segunda Edición, México D.F. México, SEMARNAT.
- **VIASVERDESCOM**, www.viasverdes.com, Asociación de las Vías Verdes en España, Julio 2007.

Anexos

Anexo 1.- Inventario Turístico.

Ref.:001

Nombre del Recurso Turístico: Criadero de Venado Cola Blanca

Recurso Turístico: Natural

Localización: Comunidad de los Romeros

CATEGORIA	<input checked="" type="checkbox"/> Recurso Natural <input type="checkbox"/> Recurso Cultural <input type="checkbox"/> Recurso Histórico Monumental	Observaciones: Es un criadero de venados cola blanca, mantenimiento por parte de la SEMARNAT, en apoyo de la comunidad local.
USO DE SUELO	<input type="checkbox"/> Uso Urbano <input checked="" type="checkbox"/> Uso Rural <input type="checkbox"/> Uso Natural <input type="checkbox"/> Uso de Protección	Observaciones: Su uso es para la observación y protección del venado cola blanca.
ACCESIBILIDAD	<input type="checkbox"/> Carretera Asfaltada <input checked="" type="checkbox"/> Carretera sin Asfaltar <input type="checkbox"/> Sendero <input type="checkbox"/> Inaccesible	Observaciones: Carretera de terracería, próximamente a asfaltar. Cercano a la Autopista México Tuxpan.
ESTADO DE CONSERVACION	<input type="checkbox"/> Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo	Observaciones: Bueno aunque le falta un poco de mayor infraestructura. De servicios básicos.
CALIDAD DEL ENTORNO	<input type="checkbox"/> Optima <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Baja	Observaciones: Buena ya que se encuentra inmerso dentro de zona boscosa.
EXISTENCIA DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	<input type="checkbox"/> Suficientes equipamientos <input type="checkbox"/> Algunos <input checked="" type="checkbox"/> Pocos o Insuficientes <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: No existe a menos de 3 Km.
SENALIZACION	<input type="checkbox"/> Suficiente <input type="checkbox"/> Alguna <input checked="" type="checkbox"/> Insuficiente <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: No hay referente a la ubicación del sitio, pero si para llegar a la comunidad.
NIVEL DE AFLUENCIA DE VISITANTES	<input type="checkbox"/> Muy Alto <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio Bajo <input checked="" type="checkbox"/> Bajo	Observaciones: Muy pocos visitantes dado su escasa promoción.
PERIODO DE VISITAS	<input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> De tres a seis meses al año <input type="checkbox"/> Periodos festivos y vacacional <input type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Ocasional	Observaciones: Por lo mismo que no es conocido las visitas son ocasionales y en su mayoría por gente de las comunidades cercanas.
EVALUACION GENERAL DEL RECURSO	<input type="checkbox"/> Excepcional <input type="checkbox"/> Muy Bueno <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Normal	Observaciones: En general normal dadas las condiciones actuales, pero si se desarrolla el proyecto puede ser un atractivo potencial.

Otras Características:

La comunidad de los Romeros en donde se ubica el Recurso esta dotada de vegetación boscosa.

Actividades Relacionadas con el Recurso:	Observación de Flora y Fauna
---	-------------------------------------

Nombre del Recurso Turístico: Criadero de Avestruz
 Recurso Turístico: Natural

Localización: Comunidad de Altepemila

CATEGORIA	<input checked="" type="checkbox"/> Recurso Natural <input type="checkbox"/> Recurso Cultural <input type="checkbox"/> Recurso Histórico Monumental	Observaciones: Un criadero generado con apoyos federales para la cría y venta de carne de avestruz
USO DE SUELO	<input type="checkbox"/> Uso Urbano <input checked="" type="checkbox"/> Uso Rural <input type="checkbox"/> Uso Natural <input type="checkbox"/> Uso de Protección	Observaciones: Su uso es de carácter agrícola.
ACCESIBILIDAD	<input type="checkbox"/> Carretera Asfaltada <input checked="" type="checkbox"/> Carretera sin Asfaltar <input type="checkbox"/> Sendero <input type="checkbox"/> Inaccesible	Observaciones: carretera de terracería, en condiciones normales.
ESTADO DE CONSERVACION	<input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo	Observaciones: abandonado con posibilidades de reactivarlo.
CALIDAD DEL ENTORNO	<input type="checkbox"/> Optima <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Baja	Observaciones: La falta de atención por parte de las autoridades locales ha propiciado que no este en buenas condiciones
EXISTENCIA DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	<input type="checkbox"/> Suficientes equipamientos <input type="checkbox"/> Algunos <input checked="" type="checkbox"/> Pocos o Insuficientes <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: No existe a menos de 4 Km.
SENALIZACION	<input type="checkbox"/> Suficiente <input type="checkbox"/> Alguna <input checked="" type="checkbox"/> Insuficiente <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: No hay referente a la ubicación del sitio.
NIVEL DE AFLUENCIA DE VISITANTES	<input type="checkbox"/> Muy Alto <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio Bajo <input checked="" type="checkbox"/> Bajo	Observaciones: Muy pocos visitantes dado sus condiciones.
PERIODO DE VISITAS	<input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> De tres a seis meses al año <input type="checkbox"/> Periodos festivos y vacacional <input type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Ocasional	Observaciones: casi nula, por el semiabandono.
EVALUACION GENERAL DEL RECURSO	<input type="checkbox"/> Excepcional <input type="checkbox"/> Muy Bueno <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Normal	Observaciones: Regular dada la situación ya mencionada.

Otras Características:

Esta labor puede ser de desarrollo local, ya que puede aprovecharse totalmente la cría, para la venta de la carne y demás insumos y para la observación de fauna..

Actividades

Relacionadas con el Recurso:

Apreciación de la especie exótica. (actualmente se encuentran tres avestruces en las instalaciones destinadas para su cría)

Nombre del Recurso Turístico: "La piedra del Sol"
 Recurso Turístico: Natural-Histórico Monumental

Localización: Comunidad de Altepemila

CATEGORIA	<input checked="" type="checkbox"/> Recurso Natural <input checked="" type="checkbox"/> Recurso Cultural <input type="checkbox"/> Recurso Histórico Monumental	Observaciones: Peña con pinturas rupestres que representan el sol y la luna..
USO DE SUELO	<input type="checkbox"/> Uso Urbano <input type="checkbox"/> Uso Rural <input checked="" type="checkbox"/> Uso Natural <input type="checkbox"/> Uso de Protección	Observaciones: Su uso es simplemente de conservación ambiental.
ACCESIBILIDAD	<input type="checkbox"/> Carretera Asfaltada <input checked="" type="checkbox"/> Carretera sin Asfaltar <input type="checkbox"/> Sendero <input type="checkbox"/> Inaccesible	Observaciones: El camino es de terracería a 25 minutos de la cabecera municipal.
ESTADO DE CONSERVACION	<input type="checkbox"/> Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo	Observaciones: Bueno y libre de contaminación, aunque a la intemperie.
CALIDAD DEL ENTORNO	<input type="checkbox"/> Optima <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Baja	Observaciones: Rodeado de un pequeño valle y zona boscosa.
EXISTENCIA DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	<input type="checkbox"/> Suficientes equipamientos <input type="checkbox"/> Algunos <input checked="" type="checkbox"/> Pocos o Insuficientes <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: No existe a menos de 6 Km.
SEÑALIZACION	<input type="checkbox"/> Suficiente <input type="checkbox"/> Alguna <input checked="" type="checkbox"/> Insuficiente <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: No hay referente a la ubicación del sitio.
NIVEL DE AFLUENCIA DE VISITANTES	<input type="checkbox"/> Muy Alto <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio Bajo <input checked="" type="checkbox"/> Bajo	Observaciones: Muy pocos visitantes dado su escasa promoción
PERIODO DE VISITAS	<input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> De tres a seis meses al año <input type="checkbox"/> Periodos festivos y vacacional <input type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Ocasional	Observaciones: Por lo mismo que no es conocido las visitas son ocasionales y en su mayoría por gente de las comunidades y municipios cercanos, en los fines de semana.
EVALUACION GENERAL DEL RECURSO	<input type="checkbox"/> Excepcional <input type="checkbox"/> Muy Bueno <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Normal	Observaciones: En general normal dadas las condiciones actuales, pero si se desarrolla el proyecto tiene potencializarse el recurso..

Otras Características:

Es una piedra elevada que su pintura rupestre representa el Sol y la Luna

Actividades Relacionadas con el Recurso:	Apreciación de la piedra y panorámica del lugar. Se aprecia todo el Valle de Tulancingo (se puede emplear como Mirador)
---	---

Nombre del Recurso Turístico: Ex-Hacienda la Palpa
 Recurso Turístico: Histórico Monumental

Localización: Tilhuacán.

CATEGORIA	<input type="checkbox"/> Recurso Natural <input type="checkbox"/> Recurso Cultural <input checked="" type="checkbox"/> Recurso Histórico Monumental	Observaciones: Ex Hacienda productora de Pulque.
USO DE SUELO	<input type="checkbox"/> Uso Urbano <input checked="" type="checkbox"/> Uso Rural <input type="checkbox"/> Uso Natural <input type="checkbox"/> Uso de Protección	Observaciones: Aun se realiza actividades agrícolas y ganadera en menor proporción.
ACCESIBILIDAD	<input type="checkbox"/> Carretera Asfaltada <input checked="" type="checkbox"/> Carretera sin Asfaltar <input type="checkbox"/> Sendero <input type="checkbox"/> Inaccesible	Observaciones: Existen 2 caminos uno de muy difícil acceso aunque mas corto y el otro mas largo pero de mas fácil acceso.
ESTADO DE CONSERVACION	<input type="checkbox"/> Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo	Observaciones: Se encuentra semiabandonada de su actividad principal pero aun se le visita y da mantenimiento por parte de sus propietarios
CALIDAD DEL ENTORNO	<input type="checkbox"/> Optima <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Baja	Observaciones: se encuentra en la cima de una montaña en un valle elevado y con la apreciación de otras montañas boscosas de mayor altitud.
EXISTENCIA DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	<input type="checkbox"/> Suficientes equipamientos <input type="checkbox"/> Algunos <input type="checkbox"/> Pocos o Insuficientes <input checked="" type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: Ninguna en por lo menos 5 Kms.
SEÑALIZACION	<input type="checkbox"/> Suficiente <input type="checkbox"/> Alguna <input type="checkbox"/> Insuficiente <input checked="" type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: No cuenta con la Referencia de la hacienda aunque si de la comunidad.
NIVEL DE AFLUENCIA DE VISITANTES	<input type="checkbox"/> Muy Alto <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio Bajo <input checked="" type="checkbox"/> Bajo	Observaciones: Casi nula por el desconocimiento de su potencial turístico por parte de las autoridades y de sus propietarios.
PERIODO DE VISITAS	<input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> De tres a seis meses al año <input type="checkbox"/> Periodos festivos y vacacional <input type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Ocasional	Observaciones: se realiza la observación pero por la gente del municipio, o municipios colindantes que realiza caminata o atletismo pero solo como punto de referencia.
EVALUACION GENERAL DEL RECURSO	<input type="checkbox"/> Excepcional <input type="checkbox"/> Muy Bueno <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Normal	Observaciones: Excelente para un hostel o pequeño hotel

Otras Características:

Ubicada en un hermosos valle ubicado en la cima de una montaña. Donde se puede apreciar el Valle de Tulancingo.

Actividades
 Relacionadas con el
 Recurso:

Senderismo, cabalgata, y ciclismo y camping.

Nombre del Recurso Turístico: Sendero de la Barranca
 Recurso Turístico: Natural

Localización: Comunidad de los Romeros

CATEGORIA	<input checked="" type="checkbox"/> Recurso Natural <input type="checkbox"/> Recurso Cultural <input type="checkbox"/> Recurso Histórico Monumental	Observaciones: Pequeña barranca donde existe un sendero para recorrerlo y disfrutarlo durante las temporadas que no hay lluvia
USO DE SUELO	<input type="checkbox"/> Uso Urbano <input type="checkbox"/> Uso Rural <input checked="" type="checkbox"/> Uso Natural <input type="checkbox"/> Uso de Protección	Observaciones: se utiliza naturalmente para la recolección de las aguas pluviales.
ACCESIBILIDAD	<input type="checkbox"/> Carretera Asfaltada <input checked="" type="checkbox"/> Carretera sin Asfaltar <input type="checkbox"/> Sendero <input type="checkbox"/> Inaccesible	Observaciones: se puede acceder utilizando las vías del ferrocarril y que servirán para el sendero interpretativo, y por terracería
ESTADO DE CONSERVACION	<input type="checkbox"/> Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo	Observaciones; Bueno en términos Generales
CALIDAD DEL ENTORNO	<input checked="" type="checkbox"/> Optima <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Baja	Observaciones: Bueno, ya que se puede encontrar distintos tipos de flora y fauna del lugar.
EXISTENCIA DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	<input type="checkbox"/> Suficientes equipamientos <input type="checkbox"/> Algunos <input checked="" type="checkbox"/> Pocos o Insuficientes <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: No a menos de 4 kms.
SEÑALIZACION	<input type="checkbox"/> Suficiente <input type="checkbox"/> Alguna <input checked="" type="checkbox"/> Insuficiente <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: No hay referente a la ubicación del sitio.
NIVEL DE AFLUENCIA DE VISITANTES	<input type="checkbox"/> Muy Alto <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio Bajo <input checked="" type="checkbox"/> Bajo	Observaciones: Bajo, dado el desconocimiento de su potencial.
PERIODO DE VISITAS	<input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> De tres a seis meses al año <input type="checkbox"/> Periodos festivos y vacacional <input checked="" type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Ocasional	Observaciones: solo por habitantes del lugar para esparcimiento familiar.
EVALUACION GENERAL DEL RECURSO	<input type="checkbox"/> Excepcional <input type="checkbox"/> Muy Bueno <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Normal	Observaciones: Normal dada las condiciones actuales.

Otras Características:

Existen además algunas montañas de arena, y algunas pequeñas cuevas durante su trayecto. (se puede emplear Tirolesa y Rappel en el lugar)

Actividades
 Relacionadas con el
 Recurso:

Senderismo Escalada, Tirolesa Rappel.

Nombre del Recurso Turístico: El Salado
 Recurso Turístico: Natural

Localización: Cerca de Zona Urbana de la cabecera Municipal. Col. Francisco Villa.

CATEGORIA	<input checked="" type="checkbox"/> Recurso Natural <input type="checkbox"/> Recurso Cultural <input type="checkbox"/> Recurso Histórico Monumental	Observaciones: Cerro con una pequeña barranca de piedras encimadas así como un pozo de agua sabor salado que emana de entre las rocas.
USO DE SUELO	<input type="checkbox"/> Uso Urbano <input type="checkbox"/> Uso Rural <input checked="" type="checkbox"/> Uso Natural <input type="checkbox"/> Uso de Protección	Observaciones: Su uso es simplemente de conservación ambiental.
ACCESIBILIDAD	<input type="checkbox"/> Carretera Asfaltada <input type="checkbox"/> Carretera sin Asfaltar <input checked="" type="checkbox"/> Sendero <input type="checkbox"/> Inaccesible	Observaciones: sendero en buenas condiciones
ESTADO DE CONSERVACION	<input type="checkbox"/> Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo	Observaciones: Bueno para la práctica del senderismo y bicicleta.
CALIDAD DEL ENTORNO	<input type="checkbox"/> Optima <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Baja	Observaciones: Buena ya que se encuentra inmerso dentro de zona boscosa y una pequeña barranca
EXISTENCIA DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	<input type="checkbox"/> Suficientes equipamientos <input type="checkbox"/> Algunos <input checked="" type="checkbox"/> Pocos o Insuficientes <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: No existe a menos de 3 Km.
SENALIZACION	<input type="checkbox"/> Suficiente <input type="checkbox"/> Alguna <input checked="" type="checkbox"/> Insuficiente <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: No hay referente a la ubicación del sitio, pero si para llegar a la comunidad.
NIVEL DE AFLUENCIA DE VISITANTES	<input type="checkbox"/> Muy Alto <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio Bajo <input checked="" type="checkbox"/> Bajo	Observaciones: Muy pocos visitantes dado su escasa promoción
PERIODO DE VISITAS	<input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> De tres a seis meses al año <input type="checkbox"/> Periodos festivos y vacacional <input type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Ocasional	Observaciones: Por lo mismo que no es conocido las visitas son ocasionales y en su mayoría por gente de las comunidades cercanas.
EVALUACION GENERAL DEL RECURSO	<input type="checkbox"/> Excepcional <input type="checkbox"/> Muy Bueno <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Normal	Observaciones: En general normal dadas las condiciones actuales, pero si se desarrolla el proyecto tiene oportunidad de desarrollo.

Otras Características:

A sólo 15 minutos del centro de Santiago se encuentra el Salado.

Actividades
 Relacionadas con el
 Recurso:

Observación de Flora y Fauna, senderismo y bicicleta.

Nombre del Recurso Turístico: Cuevas
Recurso Turístico: Natural

Ref:007

Localización: Comunidad de Tilhuacán

CATEGORIA	<input checked="" type="checkbox"/> Recurso Natural <input type="checkbox"/> Recurso Cultural <input type="checkbox"/> Recurso Histórico Monumental	Observaciones: pequeñas cuevas que pueden ser visitadas para su observación.
USO DE SUELO	<input type="checkbox"/> Uso Urbano <input type="checkbox"/> Uso Rural <input checked="" type="checkbox"/> Uso Natural <input type="checkbox"/> Uso de Protección	Observaciones: Natural, dado que solo es utilizada para visitarla
ACCESIBILIDAD	<input checked="" type="checkbox"/> Carretera Asfaltada <input type="checkbox"/> Carretera sin Asfaltar <input type="checkbox"/> Sendero <input type="checkbox"/> Inaccesible	Observaciones: La carretera es asfaltada de fácil acceso por la cabecera municipal.
ESTADO DE CONSERVACION	<input type="checkbox"/> Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo	Observaciones: Bueno aunque le falta un poco de mayor cuidado.
CALIDAD DEL ENTORNO	<input type="checkbox"/> Optima <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Baja	Observaciones: Regular ya que está dentro de la comunidad y se encuentra un poco contaminado, pero con muchas posibilidades de rescatarse.
EXISTENCIA DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	<input type="checkbox"/> Suficientes equipamientos <input type="checkbox"/> Algunos <input checked="" type="checkbox"/> Pocos o Insuficientes <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: a 3kms del lugar.
SEÑALIZACIÓN	<input type="checkbox"/> Suficiente <input type="checkbox"/> Alguna <input checked="" type="checkbox"/> Insuficiente <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: No hay referente a la ubicación del sitio, pero si para llegar a la comunidad.
NIVEL DE AFLUENCIA DE VISITANTES	<input type="checkbox"/> Muy Alto <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio Bajo <input checked="" type="checkbox"/> Bajo	Observaciones: son visitadas principalmente por gente del municipio y municipios conurbados.
PERIODO DE VISITAS	<input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> De tres a seis meses al año <input type="checkbox"/> Periodos festivos y vacacional <input type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Ocasional	Observaciones: ocasional.
EVALUACION GENERAL DEL RECURSO	<input type="checkbox"/> Excepcional <input type="checkbox"/> Muy Bueno <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Normal	Observaciones: En general normal dadas las condiciones actuales, pero si se desarrolla el proyecto tiene oportunidad de desarrollo.

Otras Características:

Actividades
Relacionadas con el Recurso: Senderismo, y Espeleismo.

Nombre del Recurso Turístico: Manantiales " Los Cangrejos "
Recurso Turístico: Natural

Ref: 008

Localización: Comunidad Ventoquipa		
CATEGORIA	<input checked="" type="checkbox"/> Recurso Natural <input type="checkbox"/> Recurso Cultural <input type="checkbox"/> Recurso Histórico Monumental	Observaciones: Es un manantial de agua fresca que brota en la comunidad.
USO DE SUELO	<input checked="" type="checkbox"/> Uso Urbano <input checked="" type="checkbox"/> Uso Rural <input type="checkbox"/> Uso Natural <input type="checkbox"/> Uso de Protección	Observaciones: Su uso es productivo ya que en su mayoría se utiliza para potabilizarla y entubarla para consumo domestico, además del riego de sembradíos.
ACCESIBILIDAD	<input checked="" type="checkbox"/> Carretera Asfaltada <input type="checkbox"/> Carretera sin Asfaltar <input type="checkbox"/> Sendero <input type="checkbox"/> Inaccesible	Observaciones: La carretera es asfaltada de fácil acceso por la cabecera municipal.
ESTADO DE CONSERVACION	<input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo	Observaciones: Bueno aunque le falta un poco de mayor infraestructura y cuidado.
CALIDAD DEL ENTORNO	<input type="checkbox"/> Optima <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Baja	Observaciones: Regular ya que está dentro de la comunidad y se encuentra un poco contaminado, pero con muchas posibilidades de rescatarse.
EXISTENCIA DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	<input type="checkbox"/> Suficientes equipamientos <input type="checkbox"/> Algunos <input checked="" type="checkbox"/> Pocos o Insuficientes	Observaciones: Existe muy poco dentro de la zona, principalmente fondas de antojitos regionales.
SEÑALIZACIÓN	<input checked="" type="checkbox"/> Suficiente <input type="checkbox"/> Alguna <input type="checkbox"/> Insuficiente <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: Existe referente a la ubicación del sitio, pero si para llegar a la comunidad.
NIVEL DE AFLUENCIA DE VISITANTES	<input type="checkbox"/> Muy Alto <input type="checkbox"/> Alto <input checked="" type="checkbox"/> Medio Bajo <input type="checkbox"/> Bajo	Observaciones: En la gran parte del año es visitado por gente de la región y en semana santa llegan de otros estados principalmente el EDOMEX.
PERIODO DE VISITAS	<input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> De tres a seis meses al año <input checked="" type="checkbox"/> Periodos festivos y vacacional <input type="checkbox"/> Fines de Semana <input type="checkbox"/> Ocasional	Observaciones: En el periodo vacacional de semana santa es cuando mayor afluencia tiene pero de comunidades cercanas.
EVALUACION GENERAL DEL RECURSO	<input type="checkbox"/> Excepcional <input type="checkbox"/> Muy Bueno <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Normal	Observaciones: En general normal dadas las condiciones actuales, pero si se desarrolla el proyecto tiene oportunidad de desarrollo.

Otras Características: Muy cerca del manantial se encuentran los ahuehuetes milenarios.
Actividades Recreativas en Agua.

Actividades Relacionadas con el Recurso:

Nombre del Recurso Turístico: Los Ahuehuetes

Recurso Turístico: Natural

Localización: Comunidad de Ventoquipa

CATEGORIA	<input checked="" type="checkbox"/> Recurso Natural <input type="checkbox"/> Recurso Cultural <input type="checkbox"/> Recurso Histórico Monumental	Observaciones: Paisaje de Árboles Antiquísimos.
USO DE SUELO	<input type="checkbox"/> Uso Urbano <input type="checkbox"/> Uso Rural <input checked="" type="checkbox"/> Uso Natural <input type="checkbox"/> Uso de Protección	Observaciones: Su uso es simplemente de conservación ambiental.
ACCESIBILIDAD	<input type="checkbox"/> Carretera Asfaltada <input type="checkbox"/> Carretera sin Asfaltar <input checked="" type="checkbox"/> Sendero <input type="checkbox"/> Inaccesible	Observaciones: El camino es un sendero de fácil acceso a unos metros de la carretera que viene de la cabecera municipal a la comunidad.
ESTADO DE CONSERVACION	<input type="checkbox"/> Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo	Observaciones: Algo contaminado principalmente de basura.
CALIDAD DEL ENTORNO	<input type="checkbox"/> Optima <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Baja	Observaciones: se encuentra cerca del manantial Los Cangrejos.
EXISTENCIA DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	<input type="checkbox"/> Suficientes equipamientos <input type="checkbox"/> Algunos <input checked="" type="checkbox"/> Pocos o Insuficientes <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: Algunas Fondas de Antojitos en la Comunidad.
SENALIZACION	<input type="checkbox"/> Suficiente <input type="checkbox"/> Alguna <input checked="" type="checkbox"/> Insuficiente <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: No hay referente a la ubicación del sitio.
NIVEL DE AFLUENCIA DE VISITANTES	<input type="checkbox"/> Muy Alto <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio Bajo <input checked="" type="checkbox"/> Bajo	Observaciones: Muy pocos visitantes dado su escasa promoción, utilizada principalmente por los residentes del municipio.
PERIODO DE VISITAS	<input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> De tres a seis meses al año <input type="checkbox"/> Periodos festivos y vacacional <input type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Ocasional	Observaciones: Por lo mismo que no es conocido las visitas son ocasionales y en su mayoría por gente de las comunidades cercanas los fines de semana y semana santa.
EVALUACION GENERAL DEL RECURSO	<input type="checkbox"/> Excepcional <input type="checkbox"/> Muy Bueno <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Normal	Observaciones: En general normal dadas las condiciones actuales, pero si se desarrolla el proyecto tiene oportunidad de desarrollo.

Otras Características:

Los Ahuehuetes más grandes de Ventoquipa tienen una circunferencia aproximada de 8 mts. y altura de 40 mts. Ideales para un buen día de campo.

Actividades Relacionadas con el Recurso: Observacion de Flora, Camping.

Nombre del Recurso Turístico: Pamplonada

Recurso Turístico: Cultural

Localización: Cabezera Municipal de Santiago Tulantepec

CATEGORIA	<input type="checkbox"/> Recurso Natural <input checked="" type="checkbox"/> Recurso Cultural <input type="checkbox"/> Recurso Histórico Monumental	Observaciones: es una tradición española traída al municipio por los dueños de la fabrica de casimires Santiago Textil.
USO DE SUELO	<input checked="" type="checkbox"/> Uso Urbano <input type="checkbox"/> Uso Rural <input type="checkbox"/> Uso Natural <input type="checkbox"/> Uso de Protección	Observaciones: Se lleva a cabo en las festividades de el Santo Patrono Santiago Apostol.
ACCESIBILIDAD	<input type="checkbox"/> Carretera Asfaltada <input type="checkbox"/> Carretera sin Asfaltar <input checked="" type="checkbox"/> Sendero <input type="checkbox"/> Inaccesible	Observaciones: por Carretera federal Mexico Tuxpan y luego la Carretera Local al Municipio.
ESTADO DE CONSERVACION	<input type="checkbox"/> Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo	Observaciones: se realiza dentro de la principal avenida de la cabecera municipal
CALIDAD DEL ENTORNO	<input type="checkbox"/> Optima <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Baja	Observaciones:
EXISTENCIA DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	<input type="checkbox"/> Suficientes equipamientos <input type="checkbox"/> Algunos <input checked="" type="checkbox"/> Pocos o Insuficientes <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: Fondas de Gastronomía Local y a 4 kms.
SENALIZACION	<input checked="" type="checkbox"/> Suficiente <input type="checkbox"/> Alguna <input type="checkbox"/> Insuficiente <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones:
NIVEL DE AFLUENCIA DE VISITANTES	<input checked="" type="checkbox"/> Muy Alto <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio Bajo <input type="checkbox"/> Bajo	Observaciones: Visitantes Nacionales durante las festividades
PERIODO DE VISITAS	<input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> De tres a seis meses al año <input checked="" type="checkbox"/> Periodos festivos y vacacional <input type="checkbox"/> Fines de Semana <input type="checkbox"/> Ocasional	Observaciones: en las vacaciones de Julio específicamente el 25 de Julio día del Santo Patrono.
EVALUACION GENERAL DEL RECURSO	<input checked="" type="checkbox"/> Excepcional <input type="checkbox"/> Muy Bueno <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Normal	Observaciones: solo existen tres eventos en el país, situándose en el tercer lugar

Otras Características:

Se sueltan de cuatro a seis toros de mas de 500 kilogramos de peso, dentro de una encerrona callejera, durante dos horas y media.

Actividades Relacionadas con el Recurso: Disfrute del evento cultural.

Nombre del Recurso Turístico: **Cucaña**
 Recurso Turístico: **Cultural**

Localización: **Cabecera Municipal**

CATEGORIA	<input type="checkbox"/> Recurso Natural <input checked="" type="checkbox"/> Recurso Cultural <input type="checkbox"/> Recurso Histórico Monumental	Observaciones: Evento Cultural
USO DE SUELO	<input type="checkbox"/> Uso Urbano <input type="checkbox"/> Uso Rural <input checked="" type="checkbox"/> Uso Natural <input type="checkbox"/> Uso de Protección	Observaciones: Se lleva a cabo en las festividades de el Santo Patrono Santiago Apostol.
ACCESIBILIDAD	<input type="checkbox"/> Carretera Asfaltada <input type="checkbox"/> Carretera sin Asfaltar <input checked="" type="checkbox"/> Sendero <input type="checkbox"/> Inaccesible	Observaciones: por Carretera federal México Tuxpan y luego la Carretera Local al Municipio.
ESTADO DE CONSERVACION	<input type="checkbox"/> Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo	Observaciones: se realiza en un estanque de agua que sirve para proveer el liquido a la fabrica de casimires Santiago Textil asi como energía para su funcionamiento de la misma.
CALIDAD DEL ENTORNO	<input type="checkbox"/> Optima <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Baja	Observaciones:
EXISTENCIA DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	<input type="checkbox"/> Suficientes equipamientos <input type="checkbox"/> Algunos <input checked="" type="checkbox"/> Pocos o Insuficientes <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: Algunas Fondas de Antojitos en la Comunidad y a 4 Kms.
SENALIZACION	<input type="checkbox"/> Suficiente <input type="checkbox"/> Alguna <input checked="" type="checkbox"/> Insuficiente <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: No hay referente a la ubicación del sitio.
NIVEL DE AFLUENCIA DE VISITANTES	<input checked="" type="checkbox"/> Muy Alto <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio Bajo <input type="checkbox"/> Bajo	Observaciones: Visitantes Nacionales durante las festividades
PERIODO DE VISITAS	<input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> De tres a seis meses al año <input checked="" type="checkbox"/> Periodos festivos y vacacional <input type="checkbox"/> Fines de Semana <input type="checkbox"/> Ocasional	Observaciones: en las vacaciones de Julio específicamente el 25 de Julio día del Santo Patrono.
EVALUACION GENERAL DEL RECURSO	<input type="checkbox"/> Excepcional <input type="checkbox"/> Muy Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Normal	Observaciones: no se conoce otra actividad similar en el país.

Otras Características:

Se realiza arriba de un palo de 8 metros de longitud inclinado arriba del estanque de agua, encebado de grasa, en el cual los participantes deben de alcanzar la bandera que se encuentra, además de otras actividades de natación.

Actividades Relacionadas con el Recurso: **Disfrute del evento cultural.**

Nombre del Recurso Turístico: Santuario Virgen de Fatima

Recurso Turístico: Cultural

Localización: Cabecera Municipal

CATEGORIA	<input type="checkbox"/> Recurso Natural <input checked="" type="checkbox"/> Recurso Cultural <input type="checkbox"/> Recurso Histórico Monumental	Observaciones: Imagen encontrada en Piedra
USO DE SUELO	<input checked="" type="checkbox"/> Uso Urbano <input type="checkbox"/> Uso Rural <input type="checkbox"/> Uso Natural <input type="checkbox"/> Uso de Protección	Observaciones: Pequeño Santuario sin grandes características arquitectonicas
ACCESIBILIDAD	<input type="checkbox"/> Carretera Asfaltada <input type="checkbox"/> Carretera sin Asfaltar <input checked="" type="checkbox"/> Sendero <input type="checkbox"/> Inaccesible	Observaciones: Se encuentra en la Colonia Alta Luz Carretera Santiago-La Joya
ESTADO DE CONSERVACION	<input type="checkbox"/> Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo	Observaciones: el espacio es reducido, en condiciones normales para la demanda de visitantes
CALIDAD DEL ENTORNO	<input checked="" type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Baja	Observaciones: En general es bueno para su disfrute.
EXISTENCIA DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	<input type="checkbox"/> Suficientes equipamientos <input type="checkbox"/> Algunos <input checked="" type="checkbox"/> Pocos o Insuficientes <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: Se encuentra dentro de la cabecera, por lo tanto existen establecimientos de alimentos y bebidas.
SENALIZACION	<input type="checkbox"/> Suficiente <input type="checkbox"/> Alguna <input checked="" type="checkbox"/> Insuficiente <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: No hay referente a la ubicación del sitio.
NIVEL DE AFLUENCIA DE VISITANTES	<input type="checkbox"/> Muy Alto <input checked="" type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio Bajo <input type="checkbox"/> Bajo	Observaciones: Visitantes locales durante las festividades que se celebran el 13 de febrero.
PERIODO DE VISITAS	<input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> De tres a seis meses al año <input checked="" type="checkbox"/> Periodos festivos y vacacional <input type="checkbox"/> Fines de Semana <input type="checkbox"/> Ocasional	Observaciones:
EVALUACION GENERAL DEL RECURSO	<input type="checkbox"/> Excepcional <input type="checkbox"/> Muy Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Normal	Observaciones:

Otras Características:

Actividades
 Relacionadas con el Recurso: Disfrute del evento cultural.

Nombre del Recurso Turístico: Carnaval de las Mascaritas
 Recurso Turístico: Cultural

Localización: Cabecera Municipal

CATEGORIA	<input type="checkbox"/> Recurso Natural <input checked="" type="checkbox"/> Recurso Cultural <input type="checkbox"/> Recurso Histórico Monumental	Observaciones: Tradiciones traídas de la Region Otomi Tepehua
USO DE SUELO	<input checked="" type="checkbox"/> Uso Urbano <input type="checkbox"/> Uso Rural <input type="checkbox"/> Uso Natural <input type="checkbox"/> Uso de Protección	Observaciones: Se realiza en las principales calles de la cabecera municipal.
ACCESIBILIDAD	<input type="checkbox"/> Carretera Asfaltada <input type="checkbox"/> Carretera sin Asfaltar <input checked="" type="checkbox"/> Sendero <input type="checkbox"/> Inaccesible	Observaciones: Carretera Tulancingo-Santiago
ESTADO DE CONSERVACION	<input type="checkbox"/> Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo	Observaciones: se lleva a cabo desde hace 55 años en el municipio.
CALIDAD DEL ENTORNO	<input type="checkbox"/> Optima <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Baja	Observaciones: En general es bueno para su disfrute.
EXISTENCIA DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	<input type="checkbox"/> Suficientes equipamientos <input type="checkbox"/> Algunos <input checked="" type="checkbox"/> Pocos o Insuficientes <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones: Se encuentra dentro de la cabecera, por lo tanto existen establecimientos de alimentos y bebidas.
SENALIZACION	<input type="checkbox"/> Suficiente <input type="checkbox"/> Alguna <input type="checkbox"/> Insuficiente <input type="checkbox"/> Ninguna	Observaciones:
NIVEL DE AFLUENCIA DE VISITANTES	<input type="checkbox"/> Muy Alto <input checked="" type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio Bajo <input type="checkbox"/> Bajo	Observaciones: Visitantes locales durante las festividades que se celebran en el mes de febrero y marzo
PERIODO DE VISITAS	<input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> De tres a seis meses al año <input checked="" type="checkbox"/> Periodos festivos y vacacional <input type="checkbox"/> Fines de Semana <input type="checkbox"/> Ocasional	Observaciones: Febrero y Marzo según el calendario Liturgico
EVALUACION GENERAL DEL RECURSO	<input type="checkbox"/> Excepcional <input type="checkbox"/> Muy Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Normal	Observaciones:

Otras Características: Quienes forman parte del carnaval provienen de la región otomí tepehua, se desconocen las causas de su desarrollo en el municipio.

Actividades Relacionadas con el Recurso: Disfrute del evento cultural.

Anexo 2.- Criterios de evaluación

El sistema de medición se basa en la evaluación que se realiza al asignar un valor a cada rubro de las cinco secciones que lo conforman. Al llenar este instrumento: en un primer paso se confirma la existencia de recursos, equipamiento, instalaciones, infraestructura y la llegada de turistas; y en un segundo paso, en caso de asegurar su existencia, se califica el estado actual de cada componente para auspiciar el desarrollo de la actividad turística.

Para calificar en forma estandarizada los componentes del producto turístico se establecen criterios de evaluación. El propósito de los criterios es generar la base de una escala de medición acotada que especifique rangos de calificación fácilmente identificables por todos los participantes en la actividad turística de un municipio o región.

En términos generales, tres son los criterios básicos.

- 1) La ausencia de componentes de la oferta turística o de la demanda de servicios turísticos (rojo)
- 2) Se confirma la existencia de los componentes de la oferta y/o demanda, pero con fuertes limitaciones (amarillo) y
- 3) Se cuenta con los componentes de la oferta y/o demanda en condiciones aceptables para el aprovechamiento turístico actual (verde)

Calificación Roja = 0	Calificación Amarilla = 1	Calificación Verde = 2
<p>ROJO: 0</p> <p>La calificación roja significa la ausencia del recurso natural o cultural, equipamiento, instalaciones, infraestructura de apoyo en la localidad ó visitas de turistas</p>	<p>AMARRILLO: 1</p> <p>El amarillo implica un fuerte deterioro, descuido, pérdida o contaminación, así como una alta fragilidad y riesgo en los recursos naturales y culturales; ó bien, fuertes carencias y deficiencias en los servicios del equipamiento, las instalaciones y la infraestructura, que obstaculizan el crecimiento del turismo, así mismo llegadas de turistas ocasionales o de paso</p>	<p>VERDE: 2</p> <p>El verde refleja que el recurso natural o cultural, el equipamiento, la instalación o bien la infraestructura de apoyo se encuentran en condiciones de ser aprovechadas para el desarrollo de la actividad turística, y la llegada de turistas en forma específica al sitio en evaluación.</p>

Adicionalmente, se asignó un valor numérico a cada criterio (de 0 a 2) con objeto de establecer un sistema de medición estandarizado para todos los componentes que integran un producto turístico. Es decir, al criterio de ausencia de elementos de oferta o demanda, color rojo, se le asignó el valor "0"; al segundo criterio que asegura la existencia de esos componentes pero en condiciones inadecuadas, color amarillo, se le atribuyó el valor numérico de "1", y al tercer criterio que representa a los componentes en condiciones aceptables para la actividad turística, color verde, se le asoció con el valor "2".

El cuestionario completo (Anexo 3) que se presenta, es el instrumento básico de evaluación del potencial turístico de la zona de estudio, municipio y la región, incluyendo el desglose de los componentes de la oferta y demanda turísticas así como los criterios de evaluación específicos para cada uno de sus elementos.

Sistema de medición.

Con estos criterios de evaluación, así como el valor numérico asignado a cada uno de ellos, se logra transformar el sistema de calificación cualitativo a uno cuantitativo que nos permite una comparación entre componentes y elementos que conforman un producto turístico.

Con el sistema de calificación numérico se facilita la medición del potencial turístico, puesto que es posible la suma de los valores asignados para cada componente, así como el promediar las calificaciones obtenidas en rubros y secciones. Para evaluar la situación de cada una de las partes de un producto turístico es necesario tener un sistema homogéneo aplicable a todos los tipos de turismo.

Sin embargo, al evaluar un sitio, únicamente se deben tomar en cuenta el tipo de recursos naturales, culturales e históricos que tiene y evitar la penalización por componentes que no corresponden a su vocación productiva y que son característicos de otras regiones.

Como resultado, el sistema sólo considera y evalúa los componentes que se califican al contestar el cuestionario; y el rango de calificación de cada sección debe estar acotado a los valores "0 a 2" y ser homogéneo para todos los conceptos analizados. En consecuencia, se pueden expresar los valores de las calificaciones totales promedio de cada sección del cuestionario de la siguiente manera:

- RT5**, [0 a 2]; calificación promedio total de los recursos turísticos
- EST**, [0 a 2]; calificación promedio total del equipamiento y servicios turísticos
- IST**, [0 a 2]; calificación promedio total de las instalaciones y servicios turísticos
- IT**, [0 a 2]; calificación promedio total de la infraestructura turística
- D**, [0 a 2]; calificación promedio total la demanda por servicios turísticos

Finalmente, para determinar un valor promedio total de la oferta turística de un sitio determinado, se han supuesto pesos específicos, con el fin obtener un promedio ponderado, en donde se da mayor importancia a la existencia de recursos turísticos (naturales y culturales).

COMPONENTE	VALOR
RECURSOS TURÍSTICOS (RT)	40%
EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS TURÍSTICOS (EST)	20%
INSTALACIONES Y SERVICIOS TURÍSTICOS (IST)	20%
INFRAESTRUCTURA (IS)	



Calificación de la Oferta

$$O = 0.4 RT + 0.2 EST + 0.2 IST + 0.2 IS$$

Por su parte, la calificación total de la demanda (D) es el valor promedio (media aritmética) de todos los conceptos que conforman la sección V del cuestionario; cada componente de la demanda tiene el mismo peso en el promedio, porque es necesario que la región ó municipio en evaluación cuente con afluencia turística, y en consecuencia los visitantes deben registrar una estadía y un gasto en esa localidad; y por último, la magnitud de la afluencia debe ser resultado de las actividades de publicidad y comercialización.

COMPONENTE	VALOR
AFLUENCIA TURÍSTICA (AF)	0.5
PUBLICIDAD Y COMERCIALIZACION (PC)	0.5



Calificación de la Demanda

$$D = \frac{AF + PC}{2}$$

Anexo 3.- Cuestionario evaluación del potencial turístico

I.A. Recursos turísticos naturales

Atractivo	Rojo (0)	Amarillo (1)	Verde (2)	CALIFICACION
ZONAS DE MONTAÑA				
Montañas	Ausencia de montañas y/o Fuerte erosión y contaminación	Moderada erosión y contaminación	Montañas conservadas con mínima contaminación	2
Sierras	Ausencia de sierras y/o Alta deforestación y progresiva contaminación	Moderada deforestación y progresiva contaminación	Superficie forestal con abundantes especies y mínima contaminación	2
Cañadas	Ausencia de cañadas	Erosión, contaminación e inseguridad personal para el turismo	Cañadas conservadas o restauradas con mínima contaminación.	2
Barrancas	Ausencia de barrancas	Pérdida de caudal en los arroyos, contaminación en el agua	Barrancas con abundante caudal y mínima contaminación del agua y/o en óptimas condiciones para su recorrido en temporada sin lluvias	1
Cuevas	Ausencia de cuevas y/o Fuerte deterioro en las cuevas, y contaminación por la proliferación de residuos sólidos	Moderado deterioro en las cuevas, de adaptación e inseguridad para la actividad turística	Cuevas conservadas en su estructura geológica, sin contaminación, adaptadas y seguras para la actividad turística	1
Valles	Ausencia de valles y/o Fuerte erosión, pérdida de especies vegetales y contaminación de suelos	Moderada erosión y pérdida de especies vegetales así contaminación de suelos	Valles sin erosionar que conservan su biodiversidad	2
Bosques	Ausencia de Bosques y/o Fuerte deforestación, contaminación de agua y suelos	Moderada deforestación, contaminación de agua y suelos	Bosques conservados o reforestados y confiables para las visita de turísticas	2
Flora y fauna	Ausencia o fuerte pérdida de flora y fauna	Pérdida moderada de hábitats y especies endémicas de flora y fauna	Hábitats conservados y amplia diversidad de especies endémicas de flora y fauna	2
CUERPOS DE AGUA				
Lagos y lagunas	Ausencia de lagos y lagunas	Pérdida de volumen de agua, proliferación de lirios y líquenes y contaminación	Lagos y lagunas sin pérdida de volumen de agua o recuperados, con estricto control a la proliferación de lirios y líquenes, y mínima contaminación	1
Ríos y Arroyos	Ausencia de ríos y arroyos	Pérdida de caudal y contaminación del agua	Ríos y arroyos sin pérdida de caudal o recuperado y sin contaminación del agua	1
Cascadas y caídas de agua	Ausencia de cascadas y caídas de agua	Disminución del caudal de agua y contaminación del entorno natural	Caudal de agua sin disminución o recuperado y mínima contaminación en el entorno natural	1
CALIFICACION TOTAL				17

I.B. Recursos turísticos culturales

Atractivo	Rojo (0)	Amarillo (1)	Verde (2)	CALIFICACION
PATRIMONIO ARTISTICO MONUMENTAL				
Pinturas Rupestres	Sin pinturas rupestres	Pinturas dañadas por contaminación y/o por la interacción con el hombre	Pinturas rupestres conservadas en su conformación original, con actividades de conservación y atención continua	1
- Cascos de Hacienda	Ausencia de cascos de hacienda	Cascos de hacienda con fuerte deterioro en los inmuebles por descuido y abandono	Cascos de hacienda conservados o restaurados y con atención continua para prevenir el deterioro	1
COMUNIDADES TRADICIONALES				
Expresiones artísticas folklóricas - Música y danza - Gastronomía - Artesanías y artes Populares	Inexistencia de Expresiones artísticas y/o folklóricas	Pérdida progresiva de expresiones musicales, danzas típicas y gastronomía, así como artesanías	Expresiones artísticas y folclóricas intactas, auténticas o rescatadas	2
Ferias y mercados tradicionales	Ausencia de ferias y mercados tradicionales	Desaparición progresiva de la realización de ferias y mercados típicos	Continua realización y autenticidad de ferias típicas y la existencia de mercados tradicionales	2
Eventos folklóricos - Carnavales - Fiestas anuales	Sin eventos folklóricos	Suspensión prolongada de eventos folklóricos	Realización de eventos tradicionales y especiales	2
Eventos históricos y/o religiosos - Peregrinaciones - Representaciones	Ausencia de eventos históricos y/o religiosos	Pérdida progresiva de la realización de eventos	Conservación de eventos históricos y/o religiosos autóctonos	2
CALIFICACION TOTAL				10

II Equipamiento y servicios turísticos

Tipo/Categoría	Rojo (0)	Amarillo (1)	Verde (2)	CALIFICACION
TURISMO CULTURAL				
Hoteles en edificios históricos ó con actividades culturales	Falta de hoteles históricos o culturales	Hoteles tradicionales con actividades ó eventos culturales temporales	Hoteles especializados ó tematizados con la historia y cultura de la localidad	1
Alimentación Restaurantes típicos ó Establecimientos de antojitos tradicionales	Ausencia de restaurantes típicos o establecimientos de antojitos tradicionales	Tendencia presente a la venta de platillos comerciales perdiendo su estilo tradicional	Restaurantes de alta calidad con alimentos elaborados originarios de la región	2
ESPARCIMIENTO				
Visitas a zonas arqueológicas fósiles y pinturas rupestres	Sin organización de visitas a zonas arqueológicas fósiles y pinturas rupestres	Escasas visitas organizadas a zonas, fósiles y pinturas con información precaria.	Visitas frecuentes y programadas a los atractivos culturales con amplia información de los lugares	1
Apreciación de eventos y expresiones tradicionales	Sin eventos y expresiones tradicionales	Pérdida progresiva de la autenticidad en las expresiones y eventos, debido a la transculturación	Eventos y expresiones que conservan su autenticidad y originalidad	1
OTROS				
Guías especializadas	Ausencia de guías especializados	Guías de turistas con Escasa especialización en temas culturales	Guías conocedores de los recursos culturales de la región con dominio de dos o más idiomas	1
Información y programación de viajes	Carencia de información y programación de viajes	Servicios deficientes de información y programación de viajes	formación completa así como profesionalismo en la programación de viajes	1
TURISMO DE AVENTURA				
ALOJAMIENTO				
• Cabañas y Bungalows	Ausencia de cabañas y bungalows	Servicio de alojamiento en cabañas y bungalows sin orientación a los viajes de aventura	Cabañas y bungalows con atención paramédica, información meteorológica y localización de personas extraviadas	1
Alquiler de unidades ligeras (tiendas de campaña)	Falta de servicios de renta de tiendas de campaña	Reducida variedad de unidades ligeras para las distintas actividades de aventura	Existencia de unidades para cada necesidad especial de los turistas de aventura	1
ALIMENTACIÓN				
Preparación y venta de paquetes de alimentos para expedición	Servicios de venta de comida preparada y paquetes para excursión en los establecimientos	Reducida oferta de Alimentos preparados para expediciones	Amplia variedad de Alimentos preparados y venta de paquetes adecuados a las necesidades específicas de los turistas de aventura	1
ESPARCIMIENTO (Actividades de desafío a la naturaleza)				
Terrestres - Montañismo - Escalada - Espeleismo - Rappel - Ciclismo de montaña	Ausencia de actividades terrestres y de desafío a la naturaleza	Insuficiente número y variedad de actividades terrestres de desafío a la naturaleza	Existencia de opciones múltiples en actividades terrestres de aventura	1
Aéreas - Vuelo en globo - Vuelo en Ala Delta - Vuelo en ultraligero - Paracaidismo	Sin actividades aéreas de desafío a la naturaleza	Reducida y deficiente oferta de actividades aéreas	Amplia oferta de actividades aéreas de aventura	0
Acuáticas - Buceo - Espeleobuceo - Descenso en ríos - Kayaquismo	Falta de actividades acuáticas de desafío a la naturaleza.	Reducida y deficiente oferta de actividades acuáticas	Gran velocidad y disponibilidad de actividades acuáticas	0
OTROS				
Información meteorológica y otro tipo de información de	Sin servicios de información de los destinos turísticos	Servicios deficientes de información.	Información confiable y profesional sobre los destinos de aventura y	1

destinos			los cambios en el clima	
Guías especializados	Ausencia de guías especializados	Deficiente oferta de guías capacitados en los destinos turísticos	Amplia oferta de servicios de guías capacitados, certificados y conocedores del destino	1
Primeros auxilios	Falta de servicios de primeros auxilios	Deficiente prestación de servicios de primeros auxilios	Atención paramédica eficiente y oportuna	2
ECOTURISMO				
Alojamiento • Cabañas y bungalows rústicos	Ausencia de cabañas y bungalows rústicos	Cabañas y bungalows con servicios y enseres inadecuados para los ecoturistas.	Cabañas y bungalows rústicos con enseres que permiten un contacto directo con el entorno natural	1
ALIMENTACIÓN				
• Restaurantes naturistas	Ausencia de restaurantes naturistas	Restaurantes convencionales sin especialidad en la preparación de platillos naturistas	Establecimientos especializados en la elaboración de alimentos naturales con insumos originarios principalmente de la región	1
Servicio de preparación de paquetes de alimentos naturales para excursión	Falta de servicios de preparación de alimentos para excursión	Deficientes servicios de preparación de alimentos naturales para excursión	Amplia variedad de alimentos naturales preparados para excursión con indicaciones especiales para su conservación y consumo	1
ESPARCIMIENTO				
Actividades de observación - Flora y fauna - Ecosistemas - Geología - Fósiles	Ausencia de actividades de observación de la naturaleza	Reducida y/o deficiente oferta de actividades de observación de la naturaleza	Amplia gama de actividades de observación de especies endémicas de flora y fauna	1
Senderismo	Falta de programas para la práctica de senderismo	Deficientes servicios para la práctica de senderismo	Diversidad de programas con servicios eficientes de senderismo	1
Rescate y restauración de ecosistemas	Ausencia de programas de rescate y restauración de ecosistemas	Reducido número de programas participativos de rescate y restauración	Gran oferta de programas de rescate y restauración en zonas con erosión y extinción de especies con la participación de los turistas	1
Talleres de educación ambiental	Falta de talleres de educación ambiental.	Deficientes talleres de educación ambiental	Múltiples opciones de aprendizaje en temas ambientales y la posibilidad de incluir nuevos programas y talleres a sugerencia de los turistas	0
OTROS				
Guías especializados	Ausencia de guías especializados en los ecosistemas del destino	Reducido número o deficiencia en los servicios guías especializados.	Información profesional y confiable sobre sitios de interés y amplia asesoría de temas ambientales de la región y apoyo en la investigación de otros temas especiales de interés	1
Información y asesoría especializada en temas ambientales	Falta de información y Asesoría especializadas en los ecosistemas del destino	Escasa e incompleta información de asesoría especializados en temas ambientales de la zona	Guías de turistas con amplio conocimiento y especialización en temas ambientales de la región	1
CALIFICACION TOTAL				23

III. Instalaciones y servicios turísticos

Tipo/ Categoría	Rojo (0)	Amarillo (1)	Verde (2)	CALIFICACION
TURISMO CULTURAL				
Museos	Ausencia de museos	Museos pequeños con deterioro y falta de mantenimiento	Museos grandes y funcionales con mantenimiento continuo	1
Centros culturales	Falta de centros culturales	Reducida cobertura de temas culturales locales en los centros	Centros culturales con gran riqueza de temas históricos y culturales locales	1
Galerías de arte	Carencia de galerías de arte	Reducido número de galerías en la localidad	Proliferación de galerías de arte que den oportunidad a nuevos artistas para presentar sus obras	1
Bibliotecas y hemerotecas	Falta de bibliotecas y hemerotecas	Insuficiente acervo de libros y periódicos así como atención deficiente	Amplia variedad en libros y periódicos con atención de empleados conocedores de los temas	2
Minas y fábricas	Ausencias de minas y fábricas	Renuencia de los propietarios a recibir visitas de turistas culturales	Actitud cordial y hospitalaria de los propietarios y operadores con los visitantes	1
TURISMO DE AVENTURA				
Instalaciones de hospedaje - Zonas de campamento - Trailer Parks - Refugios	Ausencia de zonas para el hospedaje,	Escasos de zonas y construcciones para el hospedaje de los turistas de aventura	Amplia disponibilidad de trailer parks y zonas de campamento en las zonas de interés para los visitantes	1
Instalaciones Para actividades de aventura - Miradores - Circuitos de recorrido - Teleféricos - Caballerizas	Falta de construcciones y equipo especial para la realización de actividades de aventura, aéreas, acuáticas y de montaña	Limitado número de construcciones y equipo especial para actividades de desafío a la naturaleza	Existencia y amplia cobertura en las zonas de interés turístico de aventura de andadores, construcciones y obras, así como equipo de transporte especial	1
ECOTURISMO				
Instalaciones para el alojamiento - Zonas de campamento - Trailer parks	Ausencia de instalaciones de alojamiento	Deficiente oferta de zonas de campamento y tráiler parks	Zonas de campamento establecidas en lugares con bajo impacto para el medio ambiente natural y con mínimas modificaciones al entorno	1
Instalaciones para actividades de ecoturismo - Miradores terrestres - Miradores submarinos - Circuitos de recorrido - Inmuebles para la impartición de temas ambientales	Falta de miradores, circuitos e inmuebles para el aprendizaje de temas ambientales	Reducido número de miradores en la región, así como circuitos e inmuebles para el aprendizaje de temas ambientales en la región	Existencia de miradores, amplia cobertura de circuitos de recorrido y disponibilidad de inmuebles para el aprendizaje de temas ambientales en todos los sitios de interés ecoturístico con permanente mantenimiento y realización continua de mejoras	1
CALIFICACION TOTAL				10

IV.A. Infraestructura general y servicios

Tipo	Rojo (0)	Amarillo (1)	Verde (2)	CALIFICACION
TRANSPORTE TERRESTRE				
Vías carreteras	Ausencia de vías carreteras	Existencia de carreteras de doble circulación con insuficiente cobertura y falta de mantenimiento	Utilización de autopistas en las principales entradas y carreteras de alta calidad en su material y dimensiones para el tránsito interno, con amplia cobertura	2
Vías de ferrocarril	Falta de ferrocarril	Vías en deterioro por la falta de mantenimiento y atención	Vías libres de obstáculos y en uso actual, con Mantenimiento continuo	0
Red de calles	Falta de red de calles	Mínima red de calles y avenidas con una baja cobertura	Amplia cobertura y existencia de avenidas para el tránsito intenso, así como vías rápidas	2
Terminales ferroviarias	Sin terminales ferroviarias	Abandono y descuido en las terminales debido a su reducida utilización	Terminales en uso actual con variedad de destinos atención apropiada y servicios adicionales	0
Terminales de autobuses	Carencia de terminales de autobuses	Centrales camioneras con servicios generalizados, masivos y deficientes	Terminales con gran variedad de destinos y categorías de transporte, con atención adecuada, así como servicios de apoyo al viajero	2
Señalización	Ausencia de señalización	Existencia de señalamientos insuficientes	Amplia disponibilidad de señalización informativa preventiva y restrictiva	2
Servicios - Transporte - Abasto de combustible - Talleres mecánicos - Cafeterías - Sanitarios - Auxilio vial	Ausencia de talleres, cafeterías sanitarios y auxilio vial en el camino	Servicios de transporte, abasto reparación, alimentación, sanidad y auxilio vial con deficiencias en variedad, categorización, disponibilidad, y calidad	Transporte terrestre diverso y diferenciado por categorías de viaje y atención personalizada, así como existencia de auxilio vial permanente y servicios de abasto de combustible, reparaciones menores alimentación de calidad, comercios y servicios sanitarios	2
COMUNICACIONES				
Infraestructura de comunicación - Oficinas de correos - Oficinas de telégrafos - Centrales telefónicas	Falta de un mínimo de infraestructura de comunicación postal, telegráfica, telefónica y electrónica	Oficinas y centros con cobertura limitada y deficiencias operativas	Oficinas y centros con amplia cobertura así como Operatividad funcional y eficiente	2
Servicios - Distribución de cartas - Telefonía - Internet - Transferencia electrónica de información	Ausencia de servicios mínimos de distribución y transferencia de información	Servicios con deficiencias en la entrega, conexión hacia el exterior e instalación de conductores de señal	Servicios de distribución y transferencia de información con y amplio acceso a las redes internacionales	2
SALUD				
Hospitales y clínicas	Falta de hospitales y clínicas en la región	Limitado número de hospitales y clínicas de acceso general	Hospitales públicos y clínicas privadas con atención médica de consultas y hospitalización	2
Servicios - Médicos - Paramédicos - Ambulatorios	Insuficientes servicios mínimos de atención médica paramédica	Deficientes servicios médicos	Amplia gama de servicios de alta calidad	2

SERVICIOS URBANOS				
Abasto de agua	Falta de servicios de agua potable	Limitada cobertura y deficiencias en los servicios de abasto de agua potable	Servicios eficientes y con amplia cobertura en las redes de abasto de agua	2
Red de drenaje	Ausencia de red de drenaje	Limitada red de drenaje y alcantarillado	Suficiente cobertura en la red de drenaje y alcantarillado	2
Recolección de basura	Sin servicios de recolección de basura	Deficiente internos de recolección de basura	Eficiente servicio de recolección y disposición de basura y desechos sólidos	1
ENERGIA				
Red eléctrica - Abasto doméstico - Alumbrado público	Falta de abasto mínimo de energía eléctrica	Abasto insuficiente de energía eléctrica doméstica y de alumbrado público	Abasto oportuno y confiable de energía eléctrica	2
• Abasto de combustible - Gasolineras - Estaciones de gas	Ausencia de infraestructura para el abasto de gasolina y gas	Servicio irregular en el abasto de gasolina y gas	Suficiente abasto de gasolina y gas en la región	2
CALIFICACIÓN TOTAL				27

IV.B. infraestructura turística y servicios

Tipo	Rojo (0)	Amarillo (1)	Verde (2)	CALIFICACION
TRANSPORTE TERRESTRE				
Accesos especiales a destinos - Montaña - Cuerpo de agua	Ausencia de vías de acceso a destinos turísticos	Existencia de caminos rurales y carreteras de doble circulación en estado de deterioro, para el acceso a destinos turísticos	Carreteras de calidad para arribar a los destinos turísticos	1
Acceso y espacios de paraderos turísticos	Falta de paraderos turísticos	Deficientes servicios especiales de paraderos	Amplios espacios para la instalación de paraderos carreteros	0
Señalización turística	Falta de señalización turística	Insuficiente señalización	Señalización turística clara y confiable	1
Módulos de información turística	Carencia de módulos de información turística	Reducido número de módulos de información turística	Disponibilidad de módulos de información en cantidad suficiente	1
CALIFICACIÓN TOTAL				3

V. Mercado turístico

Tipo	Rojo (0)	Amarillo (1)	Verde (2)	CALIFICACION
AFLUENCIA TURISTICA ACTUAL				
Turistas locales	Sin visitas de turistas locales	Visitas ocasionales y/o de paso por encontrarse en la trayectoria hacia otros destinos	Visitas específicas al sitio de turistas locales	2
Turistas nacionales	Falta de llegadas de turistas nacionales	Visitas ocasionales y/o de paso por encontrarse en la trayectoria hacia otros destinos	Visitas específicas al sitio de turistas nacionales	1
Turistas internacionales	Ausencia de Turistas internacionales	Visitas ocasionales y/o de paso por encontrarse en la trayectoria hacia otros destinos	Visitas específicas al sitio de turistas internacionales	0
ESTADIA ESTIMADA PROMEDIO				
Turistas locales	Sin estadía de turistas locales	Estadía entre una y dos noches	Estadía mayor a dos noches	1
Turistas nacionales	Sin estadía de turistas nacionales	Estadía entre una y dos noches	Estadía mayor a dos noches	0
Turistas internacionales	Sin estadía de turistas internacionales	Estadía entre una y dos noches	Estadía mayor a dos noches	0
GASTO ESTIMADO PROMEDIO				
Turistas locales	Sin efectuar gastos	Hasta 500 pesos por persona - viaje	Mayor de 500 pesos por persona - viaje	1
Turistas nacionales	Sin efectuar gastos	Hasta 500 pesos por persona - viaje	Mayor de 500 pesos por persona - viaje	1
Turistas internacionales	Sin efectuar gastos	Hasta 500 pesos por persona - viaje	Mayor de 500 pesos por persona - viaje	0
PUBLICIDAD Y COMERCIALIZACION				
Organismo promotor	Inexistencia de organismo	Organismo regional	Organismo específico para el sitio	1
Publicidad regional	Ausencia de publicidad regional	Publicidad regional compartida y ocasional	Publicidad continua y específica del sitio	1
Publicidad nacional	Falta de publicidad nacional	Publicidad compartida y ocasional a nivel nacional	Publicidad continua y específica del sitio	0
Publicidad internacional	Ausencia de publicidad internacional	Publicidad compartida y ocasional a nivel internacional	Publicidad continua y específica del sitio	0
Comercialización	Falta de canales de comercialización	Comercialización incluida en otros destinos	Comercialización específica del sitio	0
CALIFICACIÓN TOTAL				8

Anexo 4.- Cuestionarios análisis de fortalezas y debilidades.

Hoja de evaluación del área de planta turística

ASPECTO	DEBILIDADES		FORTALEZA	CALIFICACIÓN PARCIAL
	ALTA	MEDIA		
PLANTA TURISTICA • Servicios básicos al turista	En la zona donde se detectó el potencial turístico se carece de todos o cualquiera de los establecimientos que presten servicios básicos para los turistas tales como; alojamiento, alimentación, esparcimiento, agencias de viaje, guías de turistas, etc.	En la zona donde se detectó el potencial turístico se cuenta con establecimientos básicos para el visitante pero se encuentran en mal estado, o no ofrecen servicios de calidad turística (hoteles de 1 y 2 estrellas, loncherías, bares de baja calidad, etc.)	En la zona donde se detectó el potencial turístico se dispone de establecimientos suficientes para proporcionar los servicios básicos al turista y además proporcionan servicios de calidad turística (hoteles clase premier, 5, 4 y 3 estrellas, restaurantes con Distintivo H)	2
• Industria con enfoque	Los establecimientos de servicios turísticos existentes en el municipio se han desarrollado de forma natural y no corresponden con el modelo o vocación turística del lugar	Los establecimientos de servicios turísticos del municipio muestran un cierto grado de correspondencia con la vocación pero aún se carece de servicios especializados de acuerdo con los segmentos de mercado que arriban al municipio	La industria turística del municipio guía sus actividades con base en las preferencias de los turistas en segmentos o nichos de mercado que se generan en la zona; los empresarios y responsables del turismo conocen a detalle el perfil de su cliente	1
• Servicios de apoyo	Se carece de establecimientos de servicios de apoyo a los turistas tales como; comercios, farmacias, bancos, casas de cambio, primeros auxilios, información turística, estacionamientos, etc.	El municipio cuenta con establecimientos de servicio de apoyo a los turistas pero solo en un reducido número de áreas, son de baja calidad o se encuentran en zonas lejanas a las rutas comunes que siguen los visitantes	Se cuenta con una amplia oferta de establecimientos de apoyo enfocados a las preferencias y necesidades de los turistas, cuentan con calidad y se ubican estratégicamente en el municipio	1
• Instalaciones turísticas	No se cuenta con instalaciones adecuadas y suficientes para el desarrollo de actividades de los turistas tales como; marinas, muelles, miradores, piscinas, campos de golf, etc.	Se cuenta con instalaciones para la realización de actividades por parte de los turistas pero carecen de calidad turística, no operan bajo estrictos criterios de calidad o se encuentran incompleto	Se dispone de instalaciones suficientes, ya sea de agua, playa, montaña o generales, de acuerdo con la vocación turística del municipio, en buenas condiciones y con servicios complementarios en las zonas de explotación turística	0
• Conservación de recursos	Los recursos naturales o culturales que sustentan el potencial turístico del municipio han sufrido severas alteraciones de sus elementos distintivos (degradación o transculturación) con un grado prácticamente irreversible, limitando su explotación turística	Los recursos naturales o culturales, que sustentan el potencial turístico del municipio han sufrido cambios importantes en la estructura y procesos pero es posible su recuperación e incorporación como atractivos turísticos en el mediano plazo	Los recursos naturales o culturales que sustentan el potencial turístico del municipio conservan prácticamente todos sus elementos y procesos (mínima perturbación humana)	1
• Infraestructura de transporte	Se carece de vías de acceso a las zonas donde se detectó el potencial turístico y no se cuenta con medios de transporte para el traslado de los turistas	Se cuenta con vías de acceso a las zonas donde se detectó el potencial turístico pero en mal estado (baches, desgajamientos, inseguridad, sin señalamiento), se carece de vehículos adecuados para el traslado de visitantes (sin mantenimiento, sin aire acondicionado, choferes sin	Se cuenta con suficientes vías de acceso a las zonas donde se detectó el potencial para su explotación y su estado de conservación es adecuado (independientemente del tipo de camino según producto turístico), existe suficiente vigilancia, señalización y zonas de auxilio a los visitantes.	1

		capacitación, etc.)		
Infraestructura sanitaria	Nula o limitada cobertura de servicios de alcantarillado sanitario o carencia de fosas sépticas; asimismo, se carece de sistemas de tratamiento de aguas residuales o se depositan directamente en cuerpos de agua de las zonas con potencial	Existe infraestructura sanitaria en el municipio y se cuenta con sistemas de tratamiento de aguas residuales pero su cobertura es menor al 60% de la demanda de la localidad, contando con limitaciones para satisfacer el incremento de la demanda ocasionado por la integración de actividades turísticas	El municipio cuenta con sistema de drenaje sanitario y de tratamiento de aguas residuales alcanzando coberturas promedio mayores al 90%. Además, se dispone de redes sanitarias en las zonas donde se encuentran los recursos naturales o culturales con potencial turístico	1
• Infraestructura de comunicación	Se adolece de servicios de telefonía o de medios de comunicación satelital, la comunicación se basa principalmente en correo y telégrafo	Se cuenta con servicio de telefonía local pero se enfrentan fallas frecuentes en el servicio y se carece de acceso a internet para los turistas	Se dispone de sistemas de telefonía y se cuenta con oferta suficiente de servicios de internet (en hoteles, cafés, centros de negocio). Además, existen sistemas de comunicación satelital	2
• Infraestructura de apoyo	El municipio enfrenta severas limitaciones en la cobertura de servicios como energía, recolección de basura, hospitales, dotación de agua, gasolineras, alumbrado público, etc; careciendo incluso de alguno de ellos	El municipio cuenta con servicios de apoyo pero su abasto se genera en forma intermitente, espaciado o insuficiente. La reducida oferta de servicios propicia la aplicación de altos niveles de precios y tarifas	Se cuenta con adecuada infraestructura de apoyo y el abasto de los servicios se realiza en forma oportuna en beneficio de la actividad turística	1
CALIFICACION TOTAL		RELATIVA: 0.4444 0 44.44 %	ABSOLUTA 8	

Hoja de evaluación del área de producto turístico

ASPECTO	DEBILIDADES		FORTALEZA	CALIFICACIÓN PARCIAL
	ALTA	MEDIA		
• Integración de Servicios	El producto turístico se ofrece de manera desarticulada, cada prestador comercializa sus servicios (hospedaje, alimentación, actividad, etc.) por su cuenta sin tener como eje un producto turístico único	Existe una incipiente integración de empresarios de servicios turísticos, la vinculación es limitada y generalmente se relaciona con la comercialización de paquetes turísticos mas que por un producto turístico específico.	Existe una fuerte integración de prestadores de servicios en torno a un producto turístico específico, las relaciones se establecen de manera formal o informal, pero siempre enfocados a un objetivo en común.	0
• Terminación del producto	Se cuenta con potencial turístico pero no se han desarrollado acciones específicas para desarrollar e integrar el producto turístico	El municipio dispone de un producto turístico ya trabajado y con demanda actual de turistas; sin embargo, aún se encuentra parcialmente integrado (oferta de recorridos en pantanos sin capacitación de guías o definición de rutas)	Se dispone de productos turísticos plenamente integrados y con servicios completos para el turista, cuidándose todos los detalles; diseño, ambientación, equipamiento, instalaciones, iluminación, horarios, temporadas, etc.	0
• Diversificación de actividades	Se cuenta con una o dos actividades base para la explotación turística de los recursos naturales o culturales	Existen entre dos y cinco actividades para los turistas que visitan el municipio, además, algunas de ellas se	Se ofrece una amplia gama de actividades (mayor que cinco) para los turistas todas ellas con base en productos	1

		ofrecen pese a que el producto no se encuentra plenamente terminado	plenamente terminados	
• Enfoque de mercado	Se ofrecen productos y actividades turísticas sin tomar en cuenta el comportamiento y tendencias del mercado, operan bajo el criterio de sólo explotar los recursos naturales o culturales	Se ofertan productos y actividades turísticas con base en los segmentos de mercado que se reciben, pero la oferta no modifica su enfoque con las tendencias del turismo	Los productos y actividades que se ofertan en el municipio se encuentran vinculadas estrechamente a la demanda del mercado (segmentos y nichos) y se adecuan ante cambios en gustos y preferencias	0
• Innovación	Inexistencia de actividades de innovación de productos turísticos, la oferta permanece estática; es decir, basada siempre en el mismo producto	Existen esfuerzos aislados e individuales por parte de los prestadores de servicios para innovar la oferta turística (paquetes, actividades, recorridos) pero no se difunde la dinámica innovativa	Se cuenta con un departamento o grupo de trabajo específicamente orientado a la investigación y desarrollo de productos y actividades turísticas con base en las tendencias de gustos y preferencias de los visitantes	0
• Vinculación a circuitos	Los productos turísticos del municipio no se integran a ningún circuito, corredor o ruta turística en donde se vinculen más de dos destinos	Vinculación entre el producto turístico del municipio con otros destinos turísticos locales pero sin constituir un circuito formal que se comercialice en el mtkdo o, "se ha generado en forma natural"	Los productos turísticos del municipio se ofertan, individualmente y como parte de circuitos turísticos regionales, nacionales o internacionales plenamente definidos y comercializados en el mercado	0
• Satisfacción de turistas	Desde el punto de vista de los turistas el destino no logra satisfacer sus expectativas, no recomendarían el destino o muestran un nulo interés de retorno	Los turistas expresan satisfacción con las experiencias vividas en el municipio pero manifiestan la necesidad de adecuación y mejora; además, expresan no sentirse seguros de recomendar el destino	Los comentarios de los turistas expresan una completa satisfacción de sus expectativas y manifiestan una amplia disposición a recomendar el destino y/o a regresar al municipio	1
• Información turística	No se cuenta con información precisa y oportuna sobre los productos y actividades que se ofrecen en el municipio, careciéndose de un inventario turístico	Se dispone de información e inventario de productos y actividades turísticas del municipio, incluyendo información impresa, pero su difusión es limitada y sólo si los turistas la solicitan	Se cuenta con total información de los productos y actividades que ofrece el municipio, se dispone de trípticos y folletería, y se promueve su difusión por distintos medios	1
• Promoción y mercadeo	No se realizan actividades de mercadeo, ni se cuenta con un Plan de Mercadotecnia. La comercialización del producto se basa exclusivamente en la recomendación directa de los visitantes	Se cuenta con acciones de promoción y mercadeo pero se adolece de una estrategia concreta de mercadotecnia; se difunde el destino en forma masiva sin enfocarse concretamente al mercado objetivo. La proyección del destino se concentra sólo al mercado local o regional y en forma intermitente	Se cuenta con un Plan de Mercadotecnia específicamente diseñado para la promoción de los productos turísticos base del municipio, se difunde información en forma selectiva dirigiéndose a los segmentos o nichos de interés. De igual manera, existe intercambio promocional a nivel nacional e internacional y se realizan acuerdos de venta con empresas del sector	0
CALIFICACION TOTAL		RELATIVA: 0.1666 o 16.66 %	ABSOLUTA 3	

Hoja de evaluación del área de recursos humanos

ASPECTO	DEBILIDADES		FORTALEZA	CALIFICACIÓN PARCIAL
	ALTA	MEDIA		
• Cultura empresarial	Baja cultura empresarial por parte de los prestadores de servicios turísticos del municipio, caracterizada por resistencia al cambio, individualismo y desorganización	Presencia de empresarios comprometidos con la evolución del turismo en el municipio, pero sin organización ni búsqueda de intereses comunes	Fuerte cultura empresarial de los prestadores de servicios turísticos expresada en una amplia participación y compromiso, capacitación de su personal y profesionalización de empresas	1
• Cultura laboral	Personal carente de cultura laboral generando un bajo compromiso por el sector y por el servicio a los turistas, manifestándose en altas tasas de rotación, falta de hospitalidad y nula vocación de servicio	Personal y empleados, de contacto y de apoyo, con vocación de servicio hacia el turismo pero con bajo nivel de compromiso hacia las empresas, limitándose a trabajar el tiempo necesario sin involucrarse en la búsqueda de soluciones de la problemática del sector	Fuerte vocación de servicio del personal y empleados de contacto y apoyo, manifestando un amplio interés por la problemática del sector y buscando superación y profesionalización continua	1
• Solución de conflictos	Presencia frecuente de conflictos obrero-patronales en las empresas del sector turismo del municipio con una clara tendencia a la confrontación de las partes involucradas	Conflictos obrero patronales en forma recurrente pero espaciada, solucionándose generalmente a través de la participación de instancias legales y laborales	Baja recurrencia de conflicto entre los empresarios y trabajadores del sector turismo en donde la solución, en mayor medida, de los conflictos se realiza por mutuo acuerdo y negociación directa entre las partes involucradas	2
• Capacitación especializada	Nula oferta de programas de capacitación especializada para el personal ejecutivo, de contacto y de apoyo que labora en las empresas turísticas del municipio	Existencia de oferta de capacitación pero de carácter predominantemente general con limitados programas especializados; es decir, se imparten a grupos masivos o multidisciplinarios y se tratan temas genéricos	Oferta de cursos y programas de capacitación orientada a fortalecer temas específicos de la actividad turística proporcionándose de manera selectiva al personal estrictamente relacionado con el área	1
• Capacitación continua	Oferta de programas y cursos de capacitación en forma esporádica y ajustándose solamente a la calendarización de cursos por parte de las instancias federales, escasa asignación de presupuesto a la impartición de capacitación	Impartición de programas de capacitación en forma semi-continua; es decir, con espacios largos entre un curso y otro, en función de la oferta federal, estatal, de asociaciones o institutos de educación superior. En este caso, la capacitación es frecuente pero no depende de los tiempos definidos por las autoridades turísticas del municipio	Capacitación permanente a través de programas federales, estatales y de instituciones de educación superior. La programación de los cursos está definida por las necesidades del sector y las autoridades turísticas se encuentran en constante búsqueda de oferta de capacitación para las empresas del sector	1
• Capacitación con enfoque	Total desarticulación entre la oferta de programas de capacitación y las necesidades reales de las empresas del sector, en donde la programación de cursos se realiza en forma centralizada sin consultar a los empresarios	Participación limitada de los empresarios y agentes vinculados con el sector turismo del municipio en el diseño y programación de los cursos de capacitación, con predominio de la calendarización de programas oficiales	Diseño de programas de capacitación estrictamente relacionados y alineados con las necesidades de las empresas y empleados del sector turismo, para ello se cuenta con esquemas de consulta permanente a las empresas sobre las necesidades de capacitación	1

• Actitud hacia el turismo	Hostilidad y desconfianza hacia la actividad turística y hacia los visitantes, expresándose en actitud poco hospitalaria, falta de cordialidad y resistencia al cambio por parte de los habitantes del municipio	Actitud hospitalaria y de servicio hacia el turismo sólo por una fracción de los pobladores, generalmente aquellos relacionados directamente con la actividad, pero falta de hospitalidad y cordialidad por el resto de la población manifestándose en servicios de baja calidad sesgo en la atención, etc. También puede considerarse en este punto el trato discriminatorio hacia los turistas por su origen o condición social	Actitud de gran hospitalidad hacia los visitantes, sean nacionales o extranjeros, y gran aceptación a la actividad turística como resultado del reconocimiento de su importancia	1
• Conocimiento del producto	Existe un fuerte desconocimiento por parte de los empleados y de la población sobre la ubicación de los sitios turísticos del municipio, su historia, tradición, y oferta de actividades, consecuentemente se proporciona un reducido apoyo informativo a los visitantes	Sólo una parte de los habitantes conoce la cultura y recursos del municipio, con información limitada sobre la riqueza y oferta de actividades de la zona. En consecuencia, sólo se apoya parcialmente a los turistas	La población y los empleados de las empresas turísticas son una fuente confiable de información importante para los visitantes, disponen de amplio conocimiento sobre las tradiciones, cultura y oferta de actividades turísticas del municipio	1
CALIFICACION TOTAL		RELATIVA: 0.5625 o 56.25 %	ABSOLUTA 9	

Hoja de evaluación del área de planeación turística

ASPECTO	DEBILIDADES		FORTALEZA	CALIFICACIÓN PARCIAL
	ALTA	MEDIA		
• Visión estratégica	Desempeño del sector sin estar orientado por una visión estratégica concreta	Existencia de una visión estratégica específica, pero sin consensar y con escasa difusión entre los agentes participantes	Visión estratégica plenamente consensada y congruente con las capacidades turísticas del municipio	0
• Misión del sector	Se carece de una misión que especifique los objetivos, mercado meta y beneficios de la actividad turística del municipio	Existencia de lineamientos y conocimiento de la vocación turística, pero no se expresa en una misión estructurada e integral	Misión estratégica formalmente diseñada con base en las condiciones del mercado y la vocación turística del municipio	0
• Interacción con el sector	Nula interacción con los agentes involucrados en la planeación turística, esfuerzos predominantemente oficiales debido a conflicto de intereses y polarización	Colaboración parcial y discontinua entre autoridades y prestadores de servicios turísticos en el proceso de planeación del sector	Fuerte participación de los agentes involucrados en la actividad turística del municipio.	1
• Consenso de políticas turísticas	Falta de políticas consensadas, decisiones centralizadas en las instancias gubernamentales con nula inclusión de la opinión de empresarios del ramo y comunidades	Participación limitada en el diseño de políticas de turismo municipal, negociación con líderes del ramo pero sin consenso general	Diseño de políticas turísticas, plena e integralmente consensadas con empresarios y comunidad, reuniones permanentes de planeación y nula polarización del desarrollo turístico	1
• Planeación estratégica	Aplicación de acciones y proyectos turísticos desarticulados sin planeación, con base en situaciones de carácter coyuntural y de corto plazo	Conformación de un Plan Estratégico para el desarrollo turístico pero sin sistemas de evaluación del cumplimiento de objetivos o con implantación dependiente de los ciclos	Implantación de Plan Estratégico de Desarrollo Turístico y de largo plazo, evaluación de resultados y adecuación de estrategias. (Continuidad en su implantación y enfocado al logro de la	0

		políticos	visión estratégica)	
• Liderazgo y compromiso	Ausencia de líderes de proyecto y falta de compromiso de empresarios y autoridades.	Esfuerzos aislados de empresarios o funcionarios para la implantación de proyectos turísticos, sin la participación y apoyo del resto de los agentes involucrados	Nombramiento de líderes responsables de los proyectos/programas turísticos. Implantación de mecanismos para garantizar el compromiso de los agentes involucrados en el sector	0
• Organización del trabajo	Desorganización de prestadores de servicios turísticos, falta de integración y divisionismo. (Reducido interés colectivo)	Agrupación de prestadores de servicios turísticos en asociaciones y/o organizaciones empresariales pero desvinculadas entre sí, con reducida colaboración inter-empresarial	Existencia de "Consejo Turístico" o equipos de trabajos constituidos exprofeso para impulsar y orientar el desarrollo turístico del municipio (privado o público)	1
• Integración productiva	Desarrollo turístico desarticulado de las actividades económicas proveedoras del turismo; enfoque de competencia entre participantes del sector	Vinculación parcial entre la actividad turística y el resto de la industria del municipio, restringiéndose a una relación "espontánea", más que por la creación de redes empresariales	Estrecha comunicación e intercambio con empresas no turísticas e instituciones de educación superior para crear sinergias entre el sector turismo y el resto de las actividades económicas del municipio	1
CALIFICACIÓN TOTAL		RELATIVA:	0.25 o 25 %	ABSOLUTA 4

Hoja de evaluación del área de financiamiento al turismo

ASPECTO	DEBILIDADES		FORTALEZA	CALIFICACIÓN PARCIAL
	ALTA	MEDIA		
• Solidez financiera	Déficit financiero del municipio restringiendo los recursos potenciales para el fomento al turismo	Equilibrio financiero del municipio pero con recursos limitados para su aplicación al turismo	Finanzas sanas en el municipio y capacidad para asignar recursos excedentes al desarrollo turístico	1
• Margen de decisión	Absoluta dependencia de la asignación de recursos federal y estatal para el desarrollo turístico, además de estar fuertemente condicionados	Limitado margen en la aplicación de recursos federales o estatales a la actividad turística	Capacidad para decidir su asignación de recursos federales en materia turística	1
• Diversificación de cartera	Financiamiento de infraestructura turística basada exclusivamente en fondos federales y estatales	Utilización de financiamiento de la banca de desarrollo, además de los recursos federales y estatales en la construcción de infraestructura y equipamiento turístico	Creación y utilización de distintos esquemas para financiar la infraestructura y equipamiento turístico; incluye fondeo público y privado	0
• Promoción de inversiones	Nula promoción y atracción de inversiones en materia turística	Promoción conjunta de inversiones; es decir se promueve la atracción de capital productivo hacia la región en forma general sin destacar el componente turístico	Realización de actividades exclusivas para la atracción de capital productivo hacia el sector turístico del municipio (ferias, road shows)	1
• Transparencia financiera	Difusión de información sobre la asignación y aplicación de recursos financieros a fines turísticos, exclusivamente al interior del municipio sin brindar informes a empresarios y comunidad	Difusión controlada de información sobre la asignación municipal de recursos a la actividad turística; informes generales, programados y de contenido limitado	Amplia difusión de información a empresarios del ramo y comunidad en general sobre el uso y asignación de recursos en materia turística	1

• Asignación de recursos	Ausencia de criterios de asignación de recursos, canalizándose a proyectos programas sin tomar en cuenta su viabilidad, impacto y/o prioridad	Asignación de recursos a programas/proyectos turísticos prioritarios pero sin evaluar su viabilidad; o bien, a programas viables pero no prioritarios	Asignación de recursos financieros con base en prioridades, factibilidad e importancia de los programas/proyectos, así como por su aportación a los objetivos turísticos de largo plazo	1
• Esquemas autofinanciables	Canalización de recursos financieros a lo largo de todo el desarrollo de proyectos y/o programas sin establecer un criterio de rentabilidad y de autofinanciamiento	Asignación de recursos hasta el momento en que el proyecto sea rentable y autofinanciable pero sin establecer límite de tiempo o monto	Asignación de recursos financieros a proyectos con base en grado de cumplimiento y con periodos máximos de apoyo, forzando la rentabilidad y autofinanciación	1
• Compromiso privado	Nulo interés de empresarios del ramo por la integración de fideicomisos o fondos en favor del turismo del municipio	Integración de fondos privados para el fomento al turismo pero sólo bajo esquemas obligatorios (2% al hospedaje)	Fondos y recursos financieros privados creados por aportación e iniciativa de empresarios e instituciones comprometidos con el desarrollo turístico del municipio	1
CALIFICACIÓN TOTAL		RELATIVA: 0.437 o 43.75 %	ABSOLUTA 7	

Hoja de evaluación del área de desarrollo y crecimiento económico

ASPECTO	DEBILIDADES		FORTALEZA	CALIFICACIÓN PARCIAL
	ALTA	MEDIA		
• Sustentabilidad	Aprovechamiento no controlado de los recursos naturales y culturales sin contar con programas de recuperación y/o de estudios de impacto ambiental	Explotación de recursos naturales o culturales bajo criterios de bajo impacto a ecosistemas pero sin incorporar programas de corto, mediano y largo plazo de recuperación de flora y fauna	Estricta observancia de criterios de sustentabilidad en proyectos y desarrollos turísticos en el municipio; estudios de impacto ambiental, reducción de daños a ecosistemas, repoblación y reforestación de especies	1
• Desarrollo controlado	Falta de normas y reglamentos para controlar el grado de explotación turística de los recursos naturales y culturales del municipio. Explotación indiscriminada y generalizada	Existencia de normas y reglamentos para controlar el desarrollo de las actividades turísticas pero incapacidad de las autoridades municipales para hacer cumplir las leyes, debido a la falta de personal, restricciones legales, limitaciones en el ámbito de competencia, falta de presupuesto, etc.	Uso de reglamentos de carácter obligatorio en el control de la explotación de recursos naturales y culturales, zonas, usos y costumbres, densidad, temporadas, etc; estableciendo límites máximos y sanciones, capacidad de las autoridades para hacer respetar la ley	1
• Integración de comunidades	Fuerte polarización del desarrollo turístico excluyendo de los beneficios del turismo a las comunidades y pobladores locales, baja contratación de personal del municipio y daño a los usos y costumbres	Integración de las comunidades a la actividad turística, a través de empleos indirectos, actividad comercial y atracción de inversiones. Sin embargo, la comunidad no es parte directa del modelo turístico y no se integran a la planeación ni a la actividad turística (beneficios más por el efecto multiplicador que en forma directa)	Integración de la comunidad al modelo turístico, participación en la administración, prestación de servicios y conservación de los recursos turísticos. Beneficios a través de empleos directos, cooperativas, guías locales, etc. La traza de la comunidad se integra al Plan Urbano y Arquitectónico.	0
• Sinergia productiva	Desvinculación e independencia entre la actividad turística del municipio y el resto de las actividades productivas.	Interacción entre la actividad turística y el resto de los sectores productivos del municipio, estableciéndose relaciones de proveeduría	Amplia interacción entre las actividades productivas de un municipio y la industria turística, llegando a la participación de	

	no se aprovecha información, tecnología ni servicios comunes	pero generándose una competencia por mano de obra, infraestructura y servicios públicos	empresas sin relación con el sector en la promoción del sitio a través de aportación, fideicomisos, patronatos o capacitación y asistencia especializada.	0
• Compatibilidad con usos y costumbres	Nula relación y respeto con los usos y costumbres de los pueblos locales, generando alteraciones irreversibles o transculturación y pérdida de tradiciones y discriminación cultural	Respeto parcial a usos y costumbres de la comunidad; tradiciones, religión, formas de vida. Sin embargo, se crean instalaciones con materiales y estilos no compatibles con los de la comunidad	Respeto de usos y costumbres, conservación de la identidad y valores de la comunidad, uso de materiales y estilos, aprovechando la gastronomía y forma de vida	1
• Beneficio a las localidades	Nulos beneficios a las comunidades inmersas en el municipio turístico, no se transfiere tecnología, infraestructura o servicios en pro de la población	Beneficio parcial hacia las comunidades inmersas en las áreas o zonas con potencial turístico, beneficios indirectos (v.gr.; pavimentación de calles debido a la necesidad de establecer vías de acceso hacia una zona hotelera)	Amplio beneficio del turismo en las comunidades mediante la creación de infraestructura, educación, hospitales, comercios y/o mejora comunitaria vía donación y contribución de empresas turísticas	0
CALIFICACIÓN TOTAL		RELATIVA: 0.25 o 25 %	ABSOLUTA 3	

ANEXO 5 Cuestionario Análisis de oportunidades y amenazas

Identificación de oportunidades y amenazas: área económica		
OPORTUNIDADES	SI	NO
1. ¿Se cuenta con el apoyo de empresas privadas y organismos no gubernamentales que operan fuera del municipio, en donaciones o aportaciones de recursos económicos, capacitación o en especie a favor de la actividad turística del municipio?		X
2. ¿Existe voluntad política federal y/o estatal para apoyar una ampliación presupuestal con el propósito de elevar los recursos disponibles para el fomento turístico del municipio?	X	
3. ¿Se cuenta con fuentes alternas de fondeo para el turismo, adicionales a los recursos municipales, tales como fideicomisos, banca de desarrollo, patronatos, etc.?		X
4. ¿Se encuentran en crecimiento económico las principales naciones emisoras de turistas, tales como Estados Unidos, Japón, Francia, Alemania, Italia, Inglaterra?	X	
5. ¿Existen condiciones cambiarias en la economía nacional que favorecen el flujo de turistas extranjeros hacia nuestro país (devaluación del peso mexicano)?	X	
6. ¿Se cuenta con condiciones económicas favorables en el país que permiten incrementar la magnitud de recursos económicos y financieros a la actividad turística nacional?	X	
7. ¿Existe asignación o apoyo financiero internacional (Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo, etc.) para impulsar la actividad turística de los municipios?	X	
8. ¿Existen aportaciones o donaciones de recursos económicos o en especie por parte de las comunidades de turistas extranjeros que residen o visitan permanentemente el municipio de estudio?		X
AMENAZAS	SI	NO
1. ¿Existe crisis económica mundial que genere restricciones presupuestarias en los habitantes de los principales países emisores de turistas?		X
2. ¿Se enfrentan condiciones de crisis en la economía nacional restringiendo la capacidad de viaje de la población mexicana?		X
3. ¿Se manifiesta un fuerte proceso inflacionario en el país o en la región a la que pertenece el municipio ocasionando una pérdida de competitividad del destino?		X
4. ¿Se observa una fuerte tendencia al desempleo en la economía nacional o estatal?		X
5. ¿Existe desconfianza de los inversionistas para arriesgar recursos financieros a la actividad turística del municipio de estudio debido a diversas condiciones como; elevadas tasas impositivas, falta de apoyos a la inversión, inseguridad, delincuencia, falta de proyectos atractivos, baja afluencia turística?		X
6. ¿El costo de uno o varios servicios turísticos es considerado por los turistas como demasiado elevado, al grado de frenar la afluencia de visitantes al municipio (tarifas aéreas, hospedaje, transporte local, acceso a centros de diversión y esparcimiento)?		X
7. • ¿Existe una política federal presupuestaria restrictiva en la canalización de recursos al fomento turístico de los municipios, o bien, una excesiva centralización en la asignación de recursos?	X	

Identificación de oportunidades y amenazas: área de mercado		
OPORTUNIDADES	SI	NO
1. ¿Se detecta una tendencia ascendente en la demanda de los turistas, nacionales o internacionales, hacia actividades y atractivos similares a los ofrecidos por el municipio?	X	
2. ¿Se observa un incremento en el tiempo disponible y sobre todo en la utilización de dicho tiempo en la realización de viajes y búsqueda de ocio por parte de la población mundial?	X	
3. ¿Se identifican nuevos segmentos o nichos de mercado de turistas en donde la disponibilidad de recursos y actividades del municipio puede constituir una oferta potencial?	X	
4. ¿Existe capacidad de la oferta turística para adaptarse a los cambios del mercado turístico, mayor número de viajes, población viajera con más experiencia, incremento en la cantidad de personas retiradas?		X
5. ¿Existen acuerdos internacionales o nacionales de promoción y mercadeo dentro de los cuales se considere al municipio de estudio?		X
6. ¿El municipio y su oferta de recursos y actividades se insertan dentro de un circuito o corredor turístico, sea regional, nacional o internacional?		X
7. ¿Existen condiciones que fortalezcan o promuevan el mejoramiento del ingreso personal disponible de la población de los principales países emisores de turismo mundial?		X
8. ¿Los recursos y actividades del municipio logran atraer a turistas de importantes centros emisores como los Estados Unidos, Alemania y Francia?		X
9. ¿Se detectan condiciones tecnológicas, políticas o sociales que generan un mayor dinamismo en el flujo de turistas?	X	
10. • ¿Se aplican programas de carácter nacional que fomentan los viajes de los habitantes nacionales? (turismo social, turismo accesible).	X	
AMENAZAS	SI	NO
1. ¿Se identifican destinos turísticos, municipios o regiones con una fuerte capacidad para competir con el municipio de estudio en términos de la oferta turística?		X
2. ¿Se detectan destinos turísticos líderes en el segmento de mercado al cual pretende incursionar el municipio de estudio?		X
3. ¿Existe una tendencia en el cambio de las preferencias y gustos de los turistas en donde se vea desfavorecido el tipo de oferta turística del municipio?		X
4. ¿El municipio cuenta con una imagen desfavorable que reduzca su posicionamiento en el mercado nacional o internacional?		X
5. ¿El destino (municipio de estudio) es reconocido únicamente como un sitio de paso o como un punto secundario dentro de alguna ruta de los viajeros?	X	
6. ¿Los recursos y actividades del municipio proyectan una imagen de oferta destinada a satisfacer los segmentos de bajos ingresos?		X
7. ¿Se han presentado acontecimientos que incidan directamente en una contracción de los flujos turísticos mundiales?		X
8. • ¿Existen programas, nacionales o internacionales, orientados a desalentar la presencia de los turistas en el municipio de estudio debido a problemas de delincuencia, mala imagen, mal servicio?		X

Identificación de oportunidades y amenazas: área política		
OPORTUNIDADES	SI	NO
1. ¿Existe un claro y amplio compromiso de los gobiernos federal y estatal para impulsar el desarrollo de la actividad turística en el municipio de estudio?	X	
2. ¿A nivel nacional, la actividad turística se considera como un área estratégica para la economía nacional?	X	
3. ¿Se cuenta con una sociedad política y empresarial participativa y comprometida con el desarrollo turístico nacional, así como de las distintas regiones del país?		X
4. ¿Se identifican programas y proyectos de desarrollo turístico elaborados por las entidades federales y estatales, en donde esta contemplado el municipio de estudio?		X
5. ¿Las autoridades del municipio en estudio, cuentan con la capacidad y poder de negociación para establecer acuerdos políticos tendientes a promover y fomentar la actividad turística del municipio?	X	
6. ¿Existe una amplia comunicación entre las autoridades del municipio y los responsables de la política turística a nivel nacional y/o estatal?	X	
7. ¿Hay una estrecha vinculación o alineación entre el enfoque a largo plazo del desarrollo turístico del municipio en estudio y la visión del turismo estatal o nacional?	X	
8. ¿Existe un ambiente político de certidumbre a nivel nacional con acuerdos antes que la confrontación?	X	
9. ¿Existe una sana relación entre las autoridades estatales y municipales aún cuando pertenezcan a distintos partidos políticos?	X	
AMENAZAS	SI	NO
1. ¿Se presenta una fuerte centralización a nivel nacional en la toma de decisiones sobre el desarrollo turístico municipal?	X	
2. ¿Se retrasa con frecuencia la implantación e instrumentación de acciones y proyectos de carácter turístico en el municipio como consecuencia de decisiones emanadas de los gobiernos estatal y federal?	X	
3. ¿La política turística nacional se rige por una estructura piramidal y rígida, reduciendo la participación comunitaria y de los municipios en el desarrollo turístico?		X
4. ¿Se observa un reducido nivel de coordinación entre los responsables de la política turística del estado y la federación con las autoridades municipales?	X	
5. ¿Existe una clara preferencia para el desarrollo de cierto tipo de destinos turísticos en el país?	X	
6. ¿Los programas de desarrollo turístico del municipio se ven frecuentemente asociados a los ciclos políticos, locales, estatales o nacionales?	X	
7. ¿Se han generado condiciones políticas desfavorables en el ámbito de la política internacional que repercuten en una disminución de los flujos de viajeros con fines de esparcimiento hacia México? (conflictos bélicos, terrorismo, narcotráfico)		X
8. ¿Existen en el municipio zonas con recursos naturales que se encuentran en conflicto por problemas asociados a la delimitación geopolítica, grupos étnicos, etc?		X

Identificación de oportunidades y amenazas: área ecológica		
OPORTUNIDADES	SI	NO
1. ¿Se detecta la instrumentación o diseño de programas formales de reforestación y re-poblamiento de especies endémicas del municipio en estudio?	X	
2. ¿Se cuenta con suficientes reservas territoriales destinadas a la explotación turística en el municipio, además de encontrarse en propiedad de las autoridades municipales o estatales?	X	X
3. ¿Se cuenta con infraestructura y programas de orden estatal y federal a favor del manejo y disposición de residuos sólidos y líquidos del municipio?		
4. ¿Se cuenta con recursos naturales o culturales con potencial turístico ubicados en regiones del municipio de bajo riesgo ecológico?	X	
5. ¿Se dispone de recursos naturales o culturales en el municipio que pueden clasificarse como únicos en la región, e incluso a nivel nacional o mundial?	X	
6. ¿Se desarrollan eventos especiales asociados con la flora y fauna dentro de las distintas zonas del municipio, tales como apareamiento de ballenas, hibernación de mamíferos, mariposas, etc?		X
7. ¿Se cuenta con recursos naturales vírgenes y sin influencia de la actividad humana, capaces de integrarse a la oferta turística del municipio?		X
AMENAZAS	SI	NO
1. ¿Se enfrentan severos problemas ecológicos debido a situaciones de congestión vehicular o marítimo que afectan a los recursos naturales y culturales, considerando principalmente a aquellos daños causados a regiones fuera del municipio pero que alteran el ecosistema del municipio de estudio (ríos, esteros, montañas, etc)?		X
2. ¿Algunos o varios recursos naturales o culturales del municipio se ubican en zonas de alto riesgo susceptibles a inundaciones, deslaves, presencia de huracanes?		X
3. ¿Se enfrentan problemas en los ecosistemas asociados con el municipio debido a la alta fragilidad en donde se limita sustancialmente la capacidad de explotación turística?		X
4. ¿Existe una fuerte incompatibilidad del modelo de desarrollo turístico que se planea para el municipio y los condiciones o características de los ecosistemas inmersos?		X
5. ¿Existe el riesgo potencial de incendios forestales en las regiones con potencial turístico dentro del municipio?		X
6. ¿Se encuentran en peligro de extinción o de alta fragilidad las especies endémicas del municipio?		X
7. ¿Se detecta un aumento en las protestas y demandas internacionales en contra de la explotación de los recursos naturales en la actividad turística, y que incluye actividades ofertadas por el municipio en estudio?		X
8. ¿Existen volcanes activos o con actividad en las zonas donde se localizan los recursos naturales o culturales con potencial turístico del municipio?		X

Identificación de oportunidades y amenazas: área social y cultural		
OPORTUNIDADES	SI	NO
1. ¿Existe un elevado nivel de sociabilización y participación entre los habitantes del municipio y los habitantes de comunidades colindantes?		X
2. ¿Existen empresarios o representantes de las comunidades aledañas al municipio con capacidad de liderazgo e interés por integrarse y colaborar en el desarrollo turístico del municipio en estudio?	X	
3. ¿La población de las comunidades aledañas al municipio de estudio cuenta con valores de hospitalidad, cordialidad y atención hacia los turistas?	X	
4. ¿Se dispone de recursos basados en la cultura y tradición con potencial turístico en los municipios cercanos?	X	
5. ¿Se dispone de medios o mecanismos de información de rápido acceso que permitan una eficiente comunicación entre las autoridades del municipio de estudio y las autoridades de los municipios vecinos?	X	
6. ¿Existe una fuerte estabilidad social y política en la región, incluyendo a los municipios colindantes con el municipio en estudio?	X	
7. ¿Hay suficiente comunicación intermunicipal entre la población del municipio y las localidades vecinas a pesar de la presencia de diversas lenguas en la región?	X	
8. ¿Existen programas regionales de capacitación turística (sean federales o estatales) permitiendo una profesionalización de los trabajadores del ramo en forma integral? (incluyendo diversos municipios)	X	
9. • ¿Los turistas nacionales y extranjeros consideran que la actitud de los prestadores de servicios turísticos y de la población del municipio se caracteriza por hospitalidad y amabilidad?	X	
AMENAZAS	SI	NO
1. ¿Existe una fuerte oposición al desarrollo turístico, por parte de los habitantes de las comunidades de municipios vecinos derivado de problemas de tenencia de la tierra, conflictos étnicos, tradición, etc.,?		X
2. ¿Se dificulta la comunicación e intercambio de apoyos con los municipios vecinos como resultado de la diversidad de lenguas o dialectos, o bien, por diferencias de costumbres, religión y tradiciones entre los habitantes?		X
3. ¿Existe un proceso de transculturación y daño irreversible a los usos y costumbres de los habitantes del municipio ocasionado por los medios de comunicación?		X
4. ¿El modelo de desarrollo turístico del municipio enfrenta una fuerte oposición regional o estatal, o bien, por parte de los turistas, debido a cuestiones de ideología y creencias?		X
5. ¿La presencia de los turistas nacionales y/o extranjeros en el municipio, es reducida o limitada por factores de inseguridad y delincuencia, incluyendo las vías de acceso que conducen al municipio?		X
6. ¿La entidad a la cual pertenece el municipio, se proyecta como un estado en donde existe una fuerte delincuencia organizada?		X
7. • ¿Existe marginación de las comunidades y localidades, tanto del municipio como de los municipios vecinos, expresándose en pobreza, analfabetismo e imagen desagradable para la afluencia de turistas?		X