

Diagnóstico sobre Competitividad y Sustentabilidad de los Pueblos Mágicos del Estado de México:

- El Oro
- Malinalco
- Metepec
- Tepotzotlán
- Valle de Bravo



UNIVERSIDAD ANAHUAC MÉXICO NORTE
ESCUELA DE TURISMO
CENTRO ANÁHUAC DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO

Dr. Francisco Madrid Flores

Director de proyecto

Dr. Hazael Cerón M.

Investigador y coordinador general de proyecto

Investigadores Asociados

Mtra. Diana Berenice Cervantes Rubio

Mtra. Rosalía López Silva

Mtro. Daniel Eduardo Puente Santos

Mtro. Leonel Rubén Uriarte García

Asistentes de investigación

**Mtra. Judith Herrera
Hernández**

**Lic. Daniel Vargas García
Daniel Parra Peña
Janet Ávila Pedraza**

Apoyo Técnico

**Mtra. Eréndira Miranda Núñez
Mtro. Arturo Velásquez M.**

Encuestadores:

**Sergio Martínez García
Luisa Fernanda Ornelas Reyes
Estephania Gómez Martínez**



Diagnóstico sobre Competitividad y Sustentabilidad de los Pueblos Mágicos del Estado de México

**El Oro
Malinalco
Meteppec
Tepotzotlán
Valle de Bravo**



Índice

Introducción.....	11
Metodología.....	14
I. Diagnóstico situacional de los Pueblos Mágicos del Estado de México	26
1. El Oro de Hidalgo, Estado de México	27
1.1 Perfil socioeconómico del municipio y en especial del papel del turismo en su sistema económico y social.	28
1.2 Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos.....	34
1.3 Evaluación de la oferta de hospedaje.	51
1.4 Especificación de la oferta complementaria.....	51
1.5 Factor Humano.....	57
1.6 Marco institucional, normativo y asociativo.	58
1.7 Accesibilidad y movilidad.	59
1.8 Infraestructuras básicas.	59
1.9 Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano).....	62
1.10 Protección ambiental y paisajística.....	62
1.11 Mercados.....	63
1.12 Promoción y Comunicación.....	64
1.13 Comercialización.	65
1.14 TIC's disponibles y utilizadas.	66
2.-Malinalco, Estado de México	67
2.1 Perfil socioeconómico del municipio y en especial del papel del turismo en su sistema económico y social.	69
2.2 Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos.....	74
2.3 Evaluación de la oferta de hospedaje.	96
2.4 Especificación de la oferta complementaria.....	98
2.5 Factor Humano.....	105
2.6 Marco institucional, normativo y asociativo.	106
2.7 Accesibilidad y movilidad.	107
2.8 Infraestructuras básicas.	108

2.9	Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano).....	109
2.10	Protección ambiental y paisajística.....	109
2.11	Mercados.....	110
2.12	Promoción y Comunicación.....	111
2.13	Comercialización.	112
2.14	TIC's disponibles y utilizadas.	113
3.-	Meteppec, Estado de México.....	114
3.1	Perfil socioeconómico del municipio y en especial del papel del turismo en su sistema económico y social	115
3.2.	Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos.....	122
3.3	Evaluación de la oferta de hospedaje.	139
3.4	Especificación de la oferta complementaria.	139
3.5	Factor Humano.....	145
3.6	Marco institucional, normativo y asociativo.	146
3.7	Accesibilidad y movilidad.	147
3.8	Infraestructuras básicas.	147
3.9	Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano).....	149
3.10	Protección ambiental y paisajística.	150
3.11	Mercados.....	150
3.12	Promoción y Comunicación.....	151
3.14	TIC's disponibles y utilizadas.	152
4.-	Tepetzotlán, Estado de México	153
4.1.	Perfil socioeconómico del municipio y en especial del papel del turismo en su sistema económico y social	155
4.2	Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos.....	161
4.3	Evaluación de la oferta de hospedaje.	182
4.4	Especificación de la oferta complementaria.	183
4.5	Factor Humano.....	191
4.6	Marco institucional, normativo y asociativo.	192
4.7	Accesibilidad y movilidad.	193
4.8	Infraestructuras básicas.	194
4.9	Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano).....	195
4.10	Mercados.....	197
4.11	Promoción y Comunicación.....	198

4.12	Comercialización.	199
4.13	TIC's disponibles y utilizadas.	200
5.1	Perfil socioeconómico del municipio y en especial del papel del turismo en su sistema económico y social.	203
5.2	Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos.....	209
5.3	Evaluación de la oferta de hospedaje.	242
5.4	Especificación de la oferta complementaria.....	244
5.5	Factor Humano.....	251
5.6	Marco institucional, normativo y asociativo.	252
5.7	Accesibilidad y movilidad.	253
5.8	Infraestructuras básicas.	255
5.9	Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano).....	255
5.10	Protección ambiental y paisajística.....	256
5.11	Mercados.....	256
5.12	Promoción y Comunicación.....	258
5.13	Comercialización.	259
5.14	TIC's disponibles y utilizadas.	261
II.-	Agenda de Competitividad de los Destinos	262
1.1.	El Oro.....	269
	<i>Generales del destino</i>	<i>269</i>
	<i>Demanda Turística</i>	<i>269</i>
	<i>Oferta Turística.....</i>	<i>271</i>
	<i>Gestión Turística.....</i>	<i>271</i>
	<i>Infraestructura</i>	<i>272</i>
	<i>Servicios e Infraestructura privada.....</i>	<i>272</i>
	<i>Atractivos turísticos.....</i>	<i>272</i>
	<i>Profesionalización</i>	<i>272</i>
	<i>Agua</i>	<i>272</i>
	<i>Desechos.....</i>	<i>273</i>
	<i>Beneficios económicos del turismo</i>	<i>273</i>
	<i>Impacto social</i>	<i>273</i>
	<i>Planeación urbana y ambiental.....</i>	<i>274</i>

<i>Desarrollo urbano</i>	274
<i>Imagen urbana</i>	275
<i>Índice Competitividad y Sustentabilidad</i>	275
<i>Percepción de los habitantes de la localidad</i>	275
<i>Medio ambiente</i>	276
<i>Competitividad</i>	2767
1.2 Metepec	278
<i>Generales del destino</i>	278
<i>Demanda Turística</i>	278
<i>Oferta Turística</i>	280
<i>Gestión Turística</i>	280
<i>Infraestructura</i>	280
<i>Servicios e Infraestructura privada</i>	281
<i>Atractivos turísticos</i>	281
<i>Profesionalización</i>	281
<i>Agua</i>	281
<i>Desechos</i>	281
<i>Beneficios económicos del turismo</i>	282
<i>Impacto social</i>	282
<i>Planeación urbana y ambiental</i>	282
<i>Desarrollo urbano</i>	282
<i>Imagen urbana</i>	283
<i>Índice Competitividad y Sustentabilidad</i>	283
<i>Percepción de los habitantes de la comunidad</i>	284
<i>Medio ambiente</i>	284
<i>Competitividad</i>	27686
1.3 Malinalco	286
<i>Generales del destino</i>	286
<i>Demanda Turística</i>	287
<i>Oferta Turística</i>	288
<i>Gestión Turística</i>	289
<i>Infraestructura</i>	289
<i>Servicios e Infraestructura privada</i>	289

<i>Atractivos turísticos</i>	289
<i>Profesionalización</i>	289
<i>Agua</i>	290
<i>Desechos</i>	290
<i>Beneficios económicos del turismo</i>	290
<i>Impacto social</i>	290
<i>Planeación urbana y ambiental</i>	291
<i>Desarrollo urbano</i>	291
<i>Imagen urbana</i>	292
<i>Índice Competitividad y Sustentabilidad</i>	292
<i>Percepción de los habitantes de la localidad</i>	292
<i>Medio ambiente</i>	293
<i>Competitividad</i>	27695
1.4 Tepetzotlán	295
<i>Generales del destino</i>	296
<i>Demanda Turística</i>	296
<i>Oferta Turística</i>	297
<i>Gestión Turística</i>	297
<i>Infraestructura</i>	298
<i>Servicios e Infraestructura privada</i>	298
<i>Atractivos turísticos</i>	298
<i>Profesionalización</i>	298
<i>Agua</i>	299
<i>Desechos</i>	299
<i>Beneficios económicos del turismo</i>	299
<i>Impacto social</i>	299
<i>Planeación urbana y ambiental</i>	300
<i>Desarrollo urbano</i>	300
<i>Imagen urbana</i>	301
<i>Índice Competitividad y Sustentabilidad</i>	301
<i>Percepción de los habitantes de la comunidad</i>	301
<i>Medio ambiente</i>	302
<i>Competitividad</i>	304

1.5 Valle de Bravo	305
<i>Generales del destino</i>	305
<i>Demanda Turística</i>	305
<i>Oferta Turística</i>	306
<i>Gestión Turística</i>	307
<i>Infraestructura</i>	307
<i>Servicios e Infraestructura privada</i>	307
<i>Atractivos turísticos</i>	307
<i>Profesionalización</i>	308
<i>Agua</i>	308
<i>Desechos</i>	308
<i>Beneficios económicos del turismo</i>	308
<i>Impacto social</i>	308
<i>Planeación urbana y ambiental</i>	309
<i>Desarrollo urbano</i>	309
<i>Imagen urbana</i>	310
<i>Índice Competitividad y Sustentabilidad</i>	310
<i>Percepción de los habitantes de la comunidad</i>	310
<i>Medio ambiente</i>	311
<i>Competitividad</i>	314
 2.- Ejes de la Política Nacional Turística	 315
2.1. Plan Nacional de Desarrollo.	316
2.2 Lineamientos y Directrices Estratégicas - Plan Estatal de Desarrollo.	320
2.3 Lineamientos Sectoriales - Plan Municipal de Desarrollo	322
2.4 Objetivos y líneas estratégicas del Programa de Pueblos Mágicos	323
 3.- Matriz de Compromisos	 327
3.1 Proyectos en El Oro	328
3.2 Proyectos en Malinalco	335
3.3. Proyectos en Metepec	339
3.4 Proyectos en Tepotzotlán	343

3.5	Proyectos en Valle de Bravo.....	348
	Anexos	366
	Anexo 2: Integración de las variables del análisis de indicadores económicos, sociales y desempeño institucional. Cuadro de Excel “Variables de los Pueblos Mágicos”.	368
	Anexo 3: Cuestionario Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos para ejecutivos. Archivo de Word.	368
	Anexo 4: Cuestionario Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos para prestadores de servicios. Archivo de Word.	368
	Anexo 5: Cuestionario de satisfacción aplicado para los Pueblos Mágicos del Estado de México. Archivo de Word.	368
	Anexo 6: Cuestionario para habitantes de la comunidad aplicado para los Pueblos Mágicos del Estado de México. Archivo de Word.	368
	Anexo 7: Cédula de observación. Archivo de Excel.....	368
	Anexo 8: Captura de la información de los cuestionarios de satisfacción aplicado para los Pueblos Mágicos del Estado de México. Archivo de Excel.....	368
	Anexo 9: Captura de la información de los cuestionarios comunitarios aplicado para los Pueblos Mágicos del Estado de México. Archivo de Excel.	368
	Anexo 10: Planes de Desarrollo Municipales de los Pueblos Mágicos del Estado de México.	368

Introducción

Atendiendo al anuncio del Presidente de la República, el Lic. Enrique Peña Nieto, como parte de las acciones definidas, se encuentra la construcción de las “**Agendas de Competitividad por Destinos Turísticos (ACDT)**” del país, con el propósito de diagnosticar su situación y de emprender un programa de acciones, en coordinación estrecha entre la Federación y los gobiernos locales, con la participación de los demás actores del propio destino. La Universidad Anáhuac México Norte a través de su Centro Anáhuac de Investigación en Turismo, comprometida ante el anuncio, realizará el estudio llamado “Agendas de competitividad para los Pueblos Mágicos del Estado de México”.

El Ejecutivo Federal presentó el Plan Nacional de Desarrollo 2013- 2018, donde se indica en el Eje 4. México Próspero, las acciones del ramo turístico y específicamente se mandata en el Objetivo 4.11. La necesidad de “Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país”. En particular, las **ACDT** se destacan como una de las líneas de acción más importantes de la política que regirá la conducción del desarrollo turístico nacional, ya que sentarán las bases para avanzar en la definición de un modelo de gestión de los destinos turísticos basado en esquemas de Desarrollo Local Sustentable.

Para lograrlo, la Secretaría de Turismo (Sectur) seleccionó 44 destinos turísticos, que serán las localidades de mayor atención por parte de la Política Nacional Turística, lo que permitirá focalizar los trabajos de fomento y promoción en el país. El Estado de México comprometido con esta tarea, decidió realizar las Agendas de Competitividad de los destinos que cuentan con el nombramiento de Pueblo Mágico de su propia demarcación. De esta forma la dependencia encargada de la conducción del desarrollo turístico nacional así como la estatal, dispondrán de un diagnóstico y un plan de Acción, que deberá estar coordinado y consensuado con los tres niveles de gobierno involucrados.

La preocupación por la mejora en la competitividad de los destinos turísticos así como la selección de acciones eficientes del gasto público en inversión, ha estado presente desde hace varios años y además de los procesos institucionales de evaluación

documental para los diferentes informes que rinde la Sectur. Se han realizado al menos dos evaluaciones específicas a tal efecto, ambas en lo que se refiere al Programa de Pueblos Mágicos, que aunque son un acercamiento inicial es necesario contar con evaluaciones que cumplan con el propósito de una evaluación integral de la política pública para orientarla de una manera realista, práctica y viable.

Es tal la importancia por realizar una mejora en los destinos turísticos, que el Presidente ha convocado a coordinar trabajos entre los gobiernos estatales, municipales y con instituciones de educación superior coordinados por la Secretaría de Turismo y bajo la colaboración de GEMES para proponer las acciones más eficientes que conduzcan a la mejora de la competitividad y sustentabilidad de los destinos.

Con el estudio que se realizó se pretende contribuir con un trabajo impulsado desde el ámbito académico y sustentado en la amplia experiencia del grupo técnico, para aportar elementos de juicio objetivos que permitan hacer un uso más eficaz de los recursos públicos en los subsecuentes ejercicios de asignación de recursos públicos para el apoyo a la competitividad de los destinos turísticos del país, lo que redundará en la creación de mejores condiciones de vida para sus habitantes. Esto a través del análisis y diagnóstico de los Pueblos Mágicos del Estado de México que conduzcan a la identificación de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, a fin de generar las acciones que debe llevar a cabo el gobierno federal. Estas acciones deberán ser consensuadas entre los ámbitos privado, social y académico para que la inversión pública redunde en acciones eficientes, es decir que maximicen el mejoramiento de los destinos con el mínimo gasto posible.

El estudio está organizado de tal forma que en primera instancia se presenta la metodología utilizada junto con los aspectos teóricos en los que se fundamenta el estudio. En la primera parte del análisis se desarrolla un diagnóstico situacional de los cinco Pueblos Mágicos: El Oro, Malinalco, Metepec, Tepotzotlán y Valle de Bravo; de los siguientes 14 criterios: perfil socioeconómico, identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos, evaluación de la oferta de hospedaje, especificación de la oferta complementaria, factor humano, marco institucional, normativo y asociativo, accesibilidad

y movilidad, infraestructuras básicas, protección del territorio y del paisaje (natural y urbano), protección ambiental y paisajística, mercados, promoción y comunicación, comercialización y TIC's disponibles y utilizadas.

Posteriormente en la segunda parte, se aborda el desarrollo de las Agendas de Competitividad. Con base en el análisis de 54 indicadores económicos, sociales y de desempeño institucional, se calculan los índices de competitividad y sustentabilidad para los cinco Pueblos Mágicos y posteriormente se presentan las agendas de competitividad con el listado de los principales proyectos que se deben realizar a nivel de prefactibilidad estratégica, es decir, son de carácter enunciativo y explicativo, de tal forma que den respuesta alterna a las problemáticas que presenten los destinos. La lista de posibles proyectos conformará la agenda de trabajo que debe delinear cada destino. Se señala de forma relevante que los proyectos propuestos deben estar alineados con los Ejes de la Política Nacional Turística.

Objetivo del estudio

El objetivo general del estudio consiste en conformar las Agendas de Competitividad de los Pueblos Mágicos del Estado de México (El Oro, Malinalco, Metepec, Tepotzotlán y Valle de Bravo), con base en una metodología uniforme, para delinear una estrategia realista, práctica y viable para el destino, que servirán de base para la toma de decisiones posteriores.

Los objetivos específicos del proyecto son:

- Conocer en qué etapa de desarrollo se encuentra el destino turístico.
- Contar con un conocimiento del estatus que guarda la competitividad en los Pueblos Mágicos.

- Identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para cada uno de los Pueblos Mágicos del Estado de México, en catorce indicadores señalados en la metodología.
- Realizar un diagnóstico de 54 indicadores Económicos, Sociales, y de Desempeño Institucional para los Pueblos Mágicos del Estado de México.
- Conformar la agenda de proyectos con acciones para la mejora en la competitividad de los Pueblos Mágicos del Estado de México, a nivel de prefactibilidad estratégica.

Metodología

Se utilizó la metodología propuesta por la consultora GEMES la cual está basada en criterios de competitividad y sustentabilidad ligada a las características particulares de los destinos. De acuerdo con GEMES, el estudio de competitividad turística se asume como una investigación descriptiva no experimental y transeccional.

1. Marco teórico y conceptual

El estudio atenderá los objetivos con base en el marco conceptual propuesto en el documento denominado “Consideraciones Conceptuales para las Agendas”. Este documento inicia con el concepto básico de **competitividad** que se entiende como *“la capacidad del destino turístico para atraer viajeros e inversión en infraestructura y equipamiento turístico, que impacte en la llegada de visitantes, incremente la ocupación y el gasto promedio turístico, y que permita generar beneficios para los residentes locales, los prestadores de servicios turísticos, además de favorecer la sostenibilidad del patrimonio natural”*.

Posteriormente durante el estudio se entiende por una **agenda de competitividad** “es un instrumento analítico con alto perfil de contenido, que diagnosticará la situación

por la que atraviesan los destinos turísticos del país, tiene el potencial de convertirse en una poderosa herramienta de planeación participativa, que coordine la actuación de los tres órdenes de gobierno, en favor de mejorar el desempeño del sector turístico”.

Por **competitividad turística local** se entiende “es la capacidad del destino turístico para atraer viajeros e inversión en infraestructura y equipamiento turístico, que impacte en la llegada de visitantes, incremente la ocupación y el gasto promedio turístico, y que permita generar beneficios para los residentes locales, los prestadores de servicios turísticos, además de favorecer la sostenibilidad del patrimonio natural”.

El marco teórico se centra en los aspectos de desarrollo local y endógeno y en la gestión turística.

El desarrollo económico local (DEL) proporciona al gobierno local, los sectores privados, los organismos no gubernamentales y las comunidades locales la oportunidad de trabajar mancomunadamente para mejorar la economía local. El DEL incide en el mejoramiento de la competitividad, aumenta el desarrollo sostenible y asegura la inclusividad del crecimiento por medio de un conjunto de disciplinas, incluidos el planeamiento físico, la economía y el marketing (Tello, 2010).

En varias contribuciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), tales como Aghón, Albuquerque y Cortés (2001) y Finot (2001) y del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), como Albuquerque Llorens y Del Castillo (2002) y Llisteri (2000), el DEL se define como el proceso estructural y de crecimiento que, mediante el máximo aprovechamiento de los recursos locales, permite que las personas que viven en un área local o una región de un país experimenten un incremento continuo de bienestar. El proceso comprende tres dimensiones: la económica (que incluye los medios de producción por cuyo intermedio las empresas locales pueden usar eficazmente los recursos locales, generar economías de escala y acrecentar su productividad y competitividad en el mercado); la sociocultural (es decir, la red social y económica en que los valores y las instituciones apoyan el proceso de del), y la dimensión política y administrativa (que atañe a las iniciativas que crean un entorno local y comercial favorable al fomento del desarrollo económico local).

De acuerdo con Albuquerque (1999) se necesita además contar con "agentes de desarrollo local", los cuales son una figura muy importante en la práctica del desarrollo local, ya que realizan, de forma permanente, las funciones de promotores, intermediadores, catalizadores, animadores, informadores y capacitadores para el desarrollo local. Su ausencia, o su carencia de habilidades, hacen muy difícil el funcionamiento de los instrumentos y el despliegue de las iniciativas de desarrollo local. De ahí la importancia de dedicar recursos a la formación de este tipo de profesionales.

La teoría de desarrollo endógeno se enmarca dentro de las teorías territoriales de desarrollo. Nace en la década de 1980, a partir de la necesidad de generar fundamentos teóricos que considerasen una noción de desarrollo que incluyera la acción pública para el desarrollo de localidades y regiones. Se sustenta en un primer momento con la interpretación de los procesos de desarrollo industrial en localidades y regiones del sur de Europa (Vázquez Barquero, 1999).

Autores como F. Albuquerque, A. Vázquez Barquero, G. Aghón, E. Gallichio, J. Arocena, A. Franco entre otros han sido reconocidos por haber hecho aportes a esta teoría, sus planteamientos han incidido en América Latina. Según S. Boisier, (2005) el desarrollo local se caracteriza por ser un proceso endógeno registrado en pequeñas unidades territoriales (localidades, municipios, provincias, etc.) y asentamientos humanos capaces de promover el dinamismo económico y la mejoría de la calidad de vida de la población. El desarrollo municipal es, por lo tanto, un caso de desarrollo local con una amplitud espacial delimitada por el corte administrativo del municipio.

El concepto de desarrollo endógeno es un concepto estratégico para plantear los problemas que presentan los diferentes municipios en materia de desarrollo e iniciar válidamente su solución. El calificativo endógeno confiere un signo positivo a la palabra desarrollo, sin embargo, para comprender el significado real de este término es necesario superar la acepción reduccionista que se le confiere a menudo al considerar sólo las primeras sílabas *endo* que remiten a las particularidades internas.

A menudo, el término endógeno es empleado como un adjetivo que califica un tipo de desarrollo opuesto al desarrollo que considera aportes provenientes del exterior, sin

embargo, no se puede definir lo endógeno con oposición a lo exógeno. Al contrario lo exógeno se vuelve endógeno en el momento que se internalizan dichas variables (Boisier, 2005; Vázquez Barquero, 2000). En otras palabras, el enfoque de desarrollo endógeno es flexible y no excluyente de las variables exógenas sino que las adopta, las aprovecha y finalmente las interioriza de tal manera que sean endógenas.

Vázquez Barquero (1999) principal exponente de este enfoque define el desarrollo endógeno como una visión territorial del desarrollo que hace referencia a los procesos de crecimiento y acumulación de capital de una localidad o un territorio que tienen cultura e instituciones que le son propias y en las que están basadas las decisiones de ahorro e inversión.

Por otro lado, la Gestión turística se relaciona con la forma en que los agentes involucrados en el desarrollo y consolidación del destino se comprometen en la planeación de los trabajos incipientes y en la aplicación del programa de actividades, en la forma y eficacia de reunir el esfuerzo-sinergia de todos los actores de la sociedad (empresarios, administración central, población local etc) (Secretaría General de Turismo de España, 2008).

El objetivo que debe cumplir la gestión turística es el de crear las condiciones de partida del turismo y mantener el buen funcionamiento de la actividad turística, y con los trabajos desarrollados por los gestores del turismo se asegurará el clima de confianza empresarial; impulsando el desarrollo de la actividad en el destino.

Bajo estos enfoques las propuestas de acción y planes que deben desarrollarse al interior de las localidades y en específico de los Pueblos Mágicos del Estado de México, se expresan como estrategias de acción caracterizadas por las iniciativas de las comunidades locales con identidad específica que son resultado de su evolución en el tiempo. Se puede señalar también que cuando éstas desarrollan capacidades organizativas se puede evitar que las empresas y organizaciones externas limiten sus potencialidades de desarrollo y entorpezcan el proceso de desarrollo propio. Las capacidades de los actores se refieren a sus aptitudes para movilizarse ante situaciones hostiles, innovando y llevando a cabo

nuevas iniciativas empresariales, para pensar y actuar de forma estratégica, para cooperar, negociar, organizarse y llevar adelante iniciativas

Es así como el desarrollo endógeno le da un valor especial a la capacidad de las comunidades para liderar el proceso de desarrollo propio unido a la movilización de su potencial de desarrollo. En este caso el turismo es un potencial detonador que conduce a la mejora del nivel de vida de la población local.

A partir de los argumentos señalados, para efectos del análisis presentado en este estudio el desarrollo endógeno se entiende como: “un proceso de crecimiento económico liderado por la comunidad local, utilizando el potencial de desarrollo turístico, que conduce a la mejora del nivel de vida de la población local”. El desarrollo endógeno es un proceso en el que lo social se integra con lo económico es decir trata de generar iniciativas por parte de los diferentes actores locales que van a incidir en las decisiones de inversión. Los actores públicos y privados toman decisiones de inversión orientadas a aumentar la productividad y competitividad de las empresas, resolver los problemas locales y mejorar el bienestar de la sociedad (Vázquez Barquero, 1999).

De esta forma las acciones realizadas en el turismo deberán estar fundamentadas en acciones que los mismos actores propongan, pero evidentemente apoyados por un equipo académico que oriente y de certitud a las propuestas en términos de alineación con la política turística nacional y con la viabilidad real de los proyectos que mantengan la magia de los Pueblos Mágicos.

2. Datos

Inicialmente se revisó la información secundaria para el diagnóstico, posteriormente se llevó a cabo un trabajo de campo que implicó la utilización del método etnográfico a fin de recabar la suficiente información sobre las condiciones de competitividad de los destinos. Se utilizaron métodos cualitativos como son la entrevista a profundidad y la observación *in situ*, estos métodos sin duda permitirán la aproximación para la propuesta de los proyectos de inversión que se requieren para mejorar los destinos. Dentro del trabajo de campo se utilizarán los instrumentos propuestos en la metodología y para el caso del

indicador de satisfacción se levantarán 70 cuestionarios en el municipio de El Oro y 70 cuestionarios en el municipio de Metepec.

La recopilación de la información implicó utilizar fuentes desde la óptica local y nacional, además se llevó a cabo investigación bibliográfica. La información se obtuvo de:

- a. Se consultaron datos del estudio de “Evaluación de desempeño de los destinos turísticos en el marco de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos (CCRR). Análisis del desempeño turístico local y Modelo de satisfacción de los turistas” y de la Matriz de datos del Sistema de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo de la Sector.
- b. La consulta de estudios anteriores relacionados con los destinos, mismos que fueron proporcionados por el Lic. Marte Molina Garibaldi.
- c. La visita *in situ* a la Secretaría de Turismo del Estado de México con informantes clave para que nos aportasen información y experiencias de análisis anteriores.
- d. Coordinación y realización de entrevistas a profundidad con presidentes municipales de los 5 destinos. Se aplica el cuestionario ejecutivo para agentes estratégicos (Anexo 3) diseñado por GEMES.
- e. Coordinación y realización de entrevistas a profundidad con informantes clave del sector (Dos en cada Pueblo Mágico), que en general serán los prestadores de servicios turísticos. Se aplica el instrumento diseñado por GEMES (Anexo 4)
- f. Levantamiento de encuestas de satisfacción en los municipios de Metepec y El Oro (para los municipios de Valle de Bravo, Malinalco y Tepetzotlán se tomarán en cuenta los datos del estudio “Evaluación de desempeño de los destinos turísticos en el marco de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos (CCRR)”). En el Anexo 5 se presenta el cuestionario aplicado.
- g. Levantamiento de encuestas comunitarias en los municipios de Metepec y El Oro (para los municipios de Valle de Bravo, Malinalco y Tepetzotlán se tomarán en cuenta los datos del estudio “Evaluación de desempeño de los destinos

turísticos en el marco de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos (CCRR)”). En el Anexo 6 se presenta el cuestionario aplicado.

- h. Con base en la metodología propuesta por GEMES, se realizaron visitas *in situ* para recabar información a través de fichas de observación que dieron cuenta del estado de la imagen urbana, potencial de los recursos turísticos y oferta turística de los destinos. Esta ficha de observación fue realizada por el equipo técnico de la Universidad Anáhuac, véase Anexo 7.
- i. Se realizaron juntas del equipo técnico de la Universidad Anáhuac con la Mtra. Guadalupe Domínguez Andonaegui a fin de que existiese una completa coordinación entre los trabajos realizados y los resultados esperados.

3. *Cálculo del índice de competitividad y sustentabilidad*

Para realizar el cálculo del índice de competitividad y sustentabilidad se usó la técnica de análisis multivariado de Componentes Principales (ACP) la cual permite agrupar diferentes indicadores, a partir de los datos disponibles y variables proxy que se obtuvieron en el trabajo de campo.

El ACP es una técnica estadística de síntesis de la información, o reducción de la dimensión; es decir, ante un banco de datos con muchas variables, el objetivo es reducirlas a un menor número, perdiendo la menor cantidad de información posible (Smith 2002, Kulcsár, 2010, Peña, 2003). Es una técnica multivariada cuyo enfoque geométrico permite explorar la estructura subyacente de los datos y además permite re-expresar los datos originales con pocas dimensiones que captan la mayor varianza posible. Cuando se utiliza la técnica de ACP se busca una reducción sustancial de los datos para que dichas dimensiones contengan la mayor información posible. El ACP tiene como objetivo: dadas i observaciones de p variables, se analiza si es posible representar adecuadamente esta información con un número menor de variables construidas como combinaciones lineales de las originales.

De forma gráfica y tan sólo en un espacio de tres dimensiones (R_3) se puede entender de la siguiente forma:

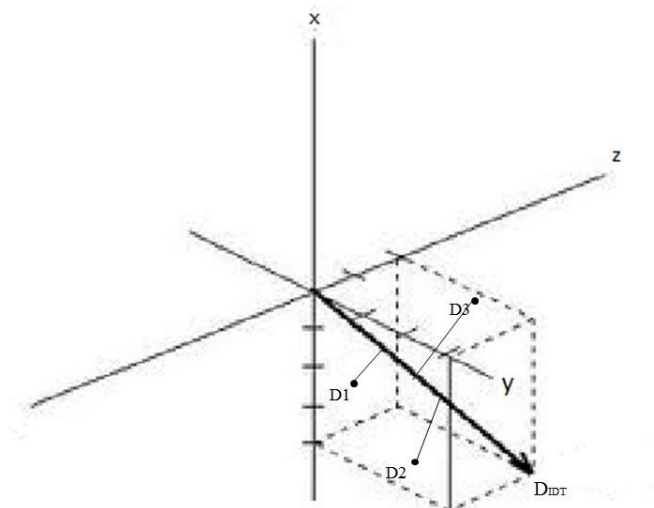


Figura 1.1 Modelo del Índice

En la figura 1.1 la dimensión D_{IDT} es una dimensión menor que los subíndices (e.g. D_1 , D_2 , D_3), y vive en un subespacio tal que al proyectar sobre él los subíndices, conservan su estructura con la menor distorsión posible. Esencialmente lo que se pretende es encontrar una dimensión proyectada en un espacio R_n según la cual los datos de las variables que conforman cada uno de los subíndices queden mejor representados, por lo que se reduce la dimensionalidad de un conjunto de datos agrupados en varias dimensiones en una sola dimensión llamada índice.

Algunas características que pueden dar claridad sobre la técnica son las siguientes:

- Se usa para la descripción de variables que están interrelacionadas.
- Con frecuencia se obtiene información de muchas variables las cuales están altamente correlacionadas y se busca resumirlas en pocas dimensiones. Para tener certidumbre sobre esta existencia de relación entre las variables. Se realiza una Matriz de Correlaciones cuyos estadísticos comúnmente deben ser mayores a 0.3 para

garantizar su relación pero menores a 0.8 para evitar colinealidad entre las variables (Kulcsár, 2010), y de esta manera poder implementar el ACP.

- Los componentes principales también buscan reducir la dimensionalidad y su objetivo fundamental es construir un índice que maximice la varianza. Las nuevas variables se llaman índices.
- En esta técnica no hay variables dependientes ni independientes como en el caso de un modelo de regresión múltiple
- El método consiste en transformar las variables originales en nuevas variables (o componentes principales) no correlacionadas.
- Cada nueva componente define una nueva combinación lineal de las variables originales. Estas nuevas componentes son las **cargas** o combinaciones lineales, las cuales trabajan en la conformación del índice. Estas cargas pueden ir de $(-\infty)$ a $(+\infty)$, e indican la importancia que tiene la variable “p” en el índice generado. Puesto que la combinación lineal se estructura para una matriz estandarizada los valores de las cargas pasan por cero indicando que si son negativas entonces tienen una menor carga y si son positivas su carga es mayor en el índice calculado (Madrid, y Cerón, 2013).

4. Entregables

Las Agendas de competitividad de los Destinos Turísticos serán una herramienta clave para identificar la situación que guarda la competitividad de los destinos turísticos Pueblos Mágicos del Estado de México, así como las recomendaciones detalladas para la realización y puesta en marcha de las mejoras sugeridas. En este sentido el estudio se dividió en dos etapas.

El documento final que aquí se presenta incluye los entregables a los cuales se comprometió el Centro Anáhuac de Investigación en Turismo:

- 1) En el apartado I se presenta el Diagnóstico situacional con la información básica de los cinco Pueblos Mágicos.

La recopilación de la información del trabajo de campo y la información de fuentes secundarias, derivó en Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para cada uno de los Pueblos Mágicos en los siguientes temas:

1. *Perfil socioeconómico del municipio* y en especial del papel del turismo en su sistema económico y social. Se describe la localización, población, recursos naturales, infraestructura y actividades económicas.
2. *Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos*. Se trata de identificar los posibles recursos a incorporar a la oferta turística del municipio.
3. *Evaluación de la oferta de hospedaje*. Volumen, evolución, localización, etc.
4. *Especificación de la oferta complementaria*. Un conjunto de servicios y prestaciones imprescindibles para gozar de una buena experiencia turística en el destino, entre las cuales se consideraron, agencias de viajes, oficinas de información, artesanías, gastronomía, espectáculos nocturnos, oferta comercial susceptible de interés turístico (*shopping*), etc.
5. *Factor Humano*. Actitudes y sensibilidades de la población local con respecto al turismo y a los turistas. Identificación de las necesidades de recursos humanos y de capacitación para los diversos subsectores vinculados al turismo.
6. *Marco institucional, normativo y asociativo*. Análisis breve de la normatividad que regula al sector.
7. *Accesibilidad y movilidad*. Identificación de las “puertas y canales de acceso” (terrestres, aéreos) con respecto a los mercados potenciales e identificación de las carencias.
8. *Infraestructuras básicas*. Identificación de los posibles “cuellos de botella” que para el desarrollo turístico pueden significar las carencias en infraestructuras y servicios básicos como: energía, suministro de agua, depuración, residuos sólidos, servicios sanitarios, seguridad.

9. *Protección del territorio y del paisaje* (natural y urbano). Evaluación de la dinámica
 10. *Protección ambiental y paisajística*. Evaluación de la dinámica.
 11. *Mercados*. Determinación de los segmentos tipo.
 12. *Promoción y Comunicación*. Evaluar, tanto los medios, como los contenidos de las acciones promocionales del destino, realizadas por diversas instituciones y empresas en los distintos mercados y su grado de eficacia.
 13. *Comercialización*. Análisis de los diversos canales por los que se comercializa el destino, con especial énfasis en la incidencia de las nuevas formas de comercialización: Internet, DMC's.
 14. *TIC's disponibles y utilizadas*, como instrumentos y herramientas de soporte para la modernidad.
- 2) Análisis con base en la etapa de desarrollo del destino.
- Se llevó a cabo un análisis de los indicadores Económicos, Sociales y de Desempeño institucional para diagnosticar el sector en dos dimensiones de **Competitividad** (Generales del destino, Demanda Turística, Oferta Turística, Gestión Turística, Infraestructura, Servicios, Recursos Naturales y Culturales y Profesionalización) y **Sustentabilidad** (Agua, Desechos, Beneficios Económicos del Turismo, Impacto Social, Demanda Turística, Oferta Turística, Planeación urbana y ambiental, Desarrollo urbano integral e Imagen Urbana).
- Los 54 indicadores seleccionados para los Pueblos Mágicos se encuentran mencionados en el Anexo 1 y en los Anexos 2.1-2.5 (archivos en Excel) se presentan los datos correspondientes para los cinco Pueblos Mágicos.
- 3) Agenda de competitividad del destino
- Plan de acción.
- La metodología propuesta pretende construir una hoja de ruta para llevar a cabo las propuestas identificadas en la investigación, desde liderazgos hasta procesos administrativos requeridos; disponer de un Modelo de Gestión de Destinos

Turísticos que permita a la Sector incidir en el desarrollo local sustentable. En este sentido durante la etapa 2, se generaron matrices de proyectos de inversión, a nivel de prefactibilidad estratégica por destino, que servirán de base para la programación y asignación de recursos presupuestales de las dependencias y organismos de la Administración Pública Federal relacionadas con el turismo de los Pueblos Mágicos del Estado de México.

Los portafolios de proyectos fueron propuestos a nivel de prefactibilidad estratégica, es decir, son de carácter enunciativo y explicativo, de tal forma que den respuesta alterna a las debilidades y amenazas que presenten los destinos. Esta lista de posibles proyectos, conformarán la agenda de trabajo que debe delinear cada destino.

En el estudio se conjuntaron las bases de datos de las encuestas aplicadas de satisfacción y del cuestionario comunitario, mismas que se entregan por separado en archivos con formato excel: Anexo 8 “Captura encuestas de satisfacción” y Anexo 9: “Captura encuestas a miembros de la comunidad”.



I. Diagnóstico situacional de los Pueblos Mágicos del Estado de México



1. El Oro de Hidalgo, Estado de México



El Oro¹, Se localiza en la parte montañosa de la entidad, y colinda al norte con el municipio de Temascalcingo; al noroeste y poniente, con el municipio de Tlalpujahua, Michoacán; al oriente, con los municipios de Atlacomulco y Jocotitlán; por el sur, con los municipios de San Felipe del Progreso y Villa Victoria. Por su ubicación, se integra en la Región II del Estado. El Oro obtuvo su nombramiento como Pueblo Mágico el 23 de noviembre de 2011² y entre sus atractivos se encuentran la arquitectura del Palacio Municipal y el Teatro Juárez. Durante el siglo XVII y hasta el siglo XIX fue una localidad minera rica y productiva por lo que esta historia ha sido documentada en el Museo de Minería a través de fotografías y su exposición de maquinaria y herramientas para la extracción. Cuenta, también, con una estación de tren que, durante su época minera, sirvió para transportar los minerales y pasajeros, dentro de la estación se encuentra un antiguo carro de tren y una colección de fotografías. Su trabajo artesanal se refleja en la producción de objetos, especialmente canastos y floreros, con hojas de pino; además de piezas de latón, barro cocido, tejidos de lana y, la variedad de esferas navideñas.

1.1 Perfil socioeconómico del municipio y en especial del papel del turismo en su sistema económico y social.

▪ *Localización*

Se localiza en la parte montañosa de la entidad, al noroeste de la capital del Estado de México. Sus coordenadas extremas son: 19°51'34" latitud norte y 100°08'49" longitud oeste; mínimas, 19°43'43" latitud norte y 99°58'54" longitud oeste.

Limita al norte con el municipio de Temascalcingo; al noroeste y poniente, con el municipio de Tlalpujahua, Mich.; al oriente, con los municipios de Atlacomulco y Jocotitlán; por el sur, con los municipios de San Felipe del Progreso y Villa Victoria.

¹ Revista *México Desconocido*. "El Oro: Un pueblo con encanto en el Estado de México". Disponible en línea: <http://www.mexicodesconocido.com.mx/el-oro-pueblos-magicos-de-mexico.html>

² Secretaría de Turismo. Boletín Informativo 218/2011. Disponible en línea: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_218

El municipio de El Oro tiene una superficie de 137.86 kilómetros cuadrados.

Hay 96 kilómetros entre El Oro y la capital del estado.

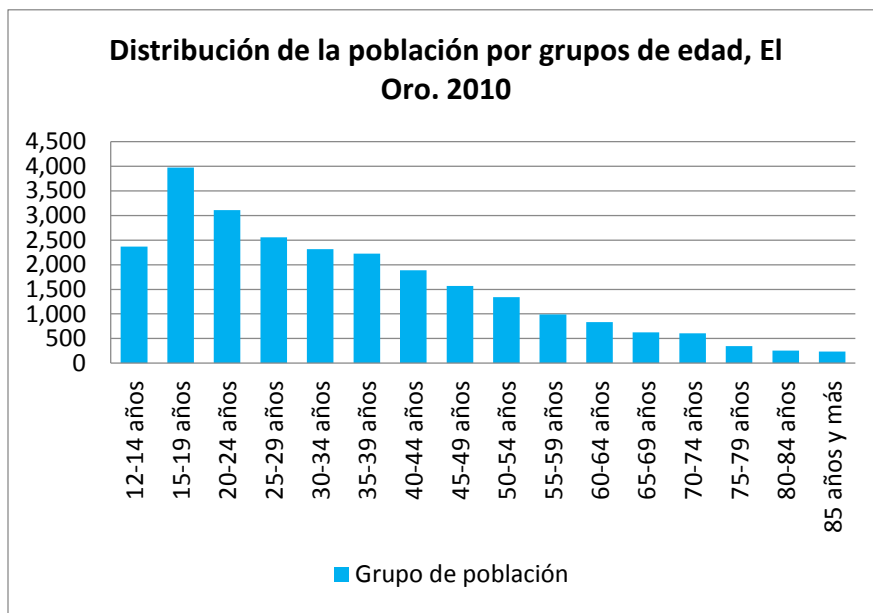
▪ **Población**

De acuerdo con los Censos y Conteos de Población y Vivienda del INEGI, en 2010 contaba con una población 34,446 habitantes.

A continuación se presenta la composición de la población mayor de 12 años por sexo y grupo de edad, así como su distribución por quinquenios de edad.

Composición de la población por sexo y grupos quinquenales de edad, El Oro. 2010			
	Total	Hombres	Mujeres
	25,228	48%	52%
12-14 años	2,366	54%	46%
15-19 años	3,971	50%	50%
20-24 años	3,107	48%	52%
25-29 años	2,557	48%	52%
30-34 años	2,318	47%	53%
35-39 años	2,225	49%	51%
40-44 años	1,888	48%	52%
45-49 años	1,571	49%	51%
50-54 años	1,343	49%	51%
55-59 años	989	47%	53%
60-64 años	832	48%	52%
65-69 años	623	42%	58%
70-74 años	603	40%	60%
75-79 años	344	44%	56%
80-84 años	254	34%	66%
85 años y más	237	27%	73%

Fuente: Censos de Población y Vivienda del INEGI, 2010.



Fuente: Censos de Población y Vivienda del INEGI, 2010.

Del total de la población que habita en el municipio, el 46% forma parte de la Población Económicamente Activa (PEA). Según datos del INEGI, las edades de trabajo de los habitantes de El Oro son de los 20 años hasta los 85 años de edad, siendo el quinquenio más poblado el correspondiente al que va de los 20 a los 24 años, ya que representa el 16% de la PEA.

Condición de actividad económica					
Total		Población económicamente activa			
		Ocupada		Desocupada	
		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Total	11,886	9,909		1,977	
20-24 años	1,901	65%	35%	76%	24%
25-29 años	1,611	68%	32%	83%	17%
30-34 años	1,406	70%	30%	90%	10%
35-39 años	1,379	71%	29%	92%	8%
40-44 años	1,149	73%	27%	93%	7%
45-49 años	949	72%	28%	97%	3%
50-54 años	768	74%	26%	95%	5%
55-59 años	474	77%	23%	96%	4%
60-64 años	379	73%	27%	96%	4%
65-69 años	207	79%	21%	98%	2%
70-74 años	159	77%	23%	100%	0%
75-79 años	67	81%	19%	100%	0%
80-84 años	25	95%	5%	100%	0%
85 años y más	16	75%	25%	88%	13%

Fuente: Censos de Población y Vivienda del INEGI, 2010.

La población que vive en El Oro tiene un grado de rezago social bajo, de acuerdo a las estimaciones del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), este índice muestra la exclusión de los patrones de vida ordinarios de los habitantes e incluye las necesidades básicas. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentran, la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 10.60%; la población sin derecho a servicios de salud ha disminuido considerablemente, al haber pasado de 76.11% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra que sólo el 21.12% de la población carece de este servicio. El porcentaje de viviendas con piso de tierra ha disminuido 6.85% en un periodo de 10 años (2000 – 2010). Otras consideraciones de las condiciones de la vivienda que se toman en cuenta son: si no cuentan con excusado o sanitario, para El Oro el 22.38% no cuentan con este servicio; los hogares que no disponen de agua entubada representan el 14.67%.

Por otro lado, el grado de marginación representa el impacto de las carencias por la falta de acceso a la educación, residencias inadecuadas y privación de bienes en la población. Dentro de estos indicadores se encuentra el porcentaje de ocupantes sin energía eléctrica que para el año 2010 sólo comprende el 2.35%; las viviendas con algún nivel de hacinamiento representan casi la mitad de ellas (48.37%).

▪ ***Recursos naturales***

El Oro forma parte de la Sierra Madre Occidental, que desde Tlalpujahua, pasa por este municipio y se prolonga hasta Temascalcingo y Atlacomulco. El Oro está rodeado de cerros, como La somera (se considera el más elevado del sistema), el Cerro Llorón, el de la Carbonera y el de la Tijera en Bassoco.

El clima predominante en El oro es subhúmedo y registra temperaturas promedio que van de los 12°C a los 16°C.

El Oro forma parte de la región hidrográfica Lerma-Santiago, subregión Cuenca del Alto Lerma, acuífero Ixtlahuaca-Atlacomulco.

Su sistema hidrológico se compone por 36 manantiales, 7 pozos profundos, 54 corrientes intermitentes, 18 presas, 14 bordos y 5 acueductos.

Destaca el río de San Juan que corre entre los cerros de la Somera y San Nicolás nutriéndose por los escurrimientos de estos y de las cuencas de los ríos Chihuahua y tiro Norte. La Presa Brockman y la Victoria, además de permanecer como atractivos turísticos, sirven como fuentes de abastecimiento de agua al municipio michoacano de Tlalpujahua y El Oro.

Se cuenta con un sistema de presas que son conocidas como: El Guarda, El Mortero, El Salto, La Victoria, León Guzmán y Cuendo, comúnmente utilizadas para los sistemas de riego y uso domestico

▪ **Infraestructura**

Cuenta con un conjunto de vialidades que permiten a los habitantes trasladarse a la cabecera municipal y tener comunicación entre comunidades, y hacia el exterior. Cuenta con 131 kilómetros lineales de carretera, de los cuales 40.7 kilómetros corresponden a estructuras estatales; también tienen 54.2 kilómetros de caminos rurales, de los cuales sólo 1.5 km se encuentran pavimentados.

El Oro se constituye, también, por un sistema de vialidades regionales, como lo son: El Oro-Atlacomulco, El Oro-Villa Victoria y El Oro-Tlalpujahua.

▪ **Actividades económicas**

- II. De acuerdo con el Censo Económico 2009 elaborado por el INEGI, las actividades más representativas son en el sector terciario, mediante servicios y, también, a partir del turismo.
- III. Las unidades que se dedican al comercio por menor se relacionan con el comercio de alimentos ya preparados, así como de dulces regionales. Los servicios de apoyo a los negocios incluye la organización de viajes, promoción de lugares con la infraestructura para realizar convenciones, congresos, seminarios, y servicio de intercambio de tiempos compartidos. Los servicios de entretenimiento a los que hace referencia son instalaciones para la práctica de deportes, y guías de turismo que trabajan por cuenta propia. Y, las unidades con servicios de alojamiento temporal en hoteles, cabañas, villas, tiempos compartidos, *bungalows* y similares. Incluye, también, establecimientos para el consumo de alimentos y bebidas, y lugares para el consumo de bebidas alcohólicas.

IV.

Código	Actividad Económica	Unidades económicas	Personal ocupado total
46	Comercio al por menor	273	598
461	Comercio al por menor de abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco	159	328
4611	Comercio al por menor de abarrotes y alimentos	152	314
461160	Comercio al por menor de dulces y materias primas para repostería	*	6
461190	Comercio al por menor de otros alimentos	*	1
56	Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	*	18
561	Servicios de apoyo a los negocios	*	18
71	Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	*	5
713	Servicios de entretenimiento en instalaciones recreativas y otros servicios recreativos	*	5
72	Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	48	124
721	Servicios de alojamiento temporal	*	9
7211	Hoteles, moteles y similares	*	9
722	Servicios de preparación de alimentos y bebidas	*	115
7222	Restaurantes de autoservicio, comida para llevar y otros restaurantes con servicio limitado	*	106
7224	Centros nocturnos, bares, cantinas y similares	*	9

Fuente: Censo Económico 2009, INEGI. Confidencialidad de los datos proporcionados con fines estadísticos la columna unidades económicas se encuentra inhibida en varios renglones, mostrando un asterisco (*).

1.2 Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos.

A continuación, se describe cada uno de los atractivos que se identificaron en El Oro y que actualmente son sitios turísticos:

Ficha de identificación de atractivos				
Nombre con el que se identifica:	Palacio Municipal	UTM:	X: 381567.4209965008 Y: 2189982.960637246 Zona: 14	
Vía de acceso:	Calle empedrada en buenas condiciones y limpia con reciente remodelación.	Tipo de atractivo:	Palacio municipal	
Cómo llegar:	Se llega por la carretera federal No. 5, a la cabecera municipal de El Oro, por la calle Jacinto Salinas, se da vuelta a la derecha en la calle Abasolo, cruzando el jardín municipal hasta la calle Constitución en donde se encuentra el Palacio Municipal del lado izquierdo.	Señalética:	Señalética ubicada en el suelo, en las esquinas y frente a los principales atractivos. Está en buenas condiciones, ya que es nueva.	
		Tipo de ingreso:	Gratuito	Tiempo de visita: 30 minutos
Descripción del atractivo:	Construido a principios del siglo XX con influencia europea de estilos neoclásico y art nouveau; en su pórtico se puede admirar al mural titulado “El génesis minero”, realizado en 1979. Cuenta con un salón en la parte superior para hacer eventos.			
Actividades que se realizan en el atractivo:	Talleres, capacitaciones y visitas guiadas			
Observaciones:	Las visitas guiadas se realizan solo los fines de semana, con el apoyo de personas voluntarias, quienes han recibido capacitación para desarrollar esta actividad y en el exterior se coloca un módulo de información turística. Los guías a pesar de estar capacitados, requieren de mayor preparación para ofrecer un servicio de calidad. Tiene la certificación de Punto Limpio. El lugar se puede apreciar limpio.			
Actividades turísticamente posibles:	Generar una experiencia a través de un recorrido temático-interactivo en donde se rescate la cultura e historia del lugar.			
Segmento de mercado:	Dirigido a un segmento de turismo cultural, de todas las edades.			

Fuente: Elaboración propia.



Foto. 1. 1 Palacio Municipal, El Oro.



Foto. 1.2 Salón del Palacio Municipal, El Oro.



Foto. 1.3 Interior Palacio Municipal, El Oro.

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Teatro Benito Juárez	UTM:	X: 381516.54529983824 Y: 2190050.9259050093 Zona: 14		
Vía de acceso:	Calle empedrada en buenas condiciones y limpia con reciente remodelación.	Tipo de atractivo:	Foro, centro de espectáculos		
Cómo llegar:	Se llega por la carretera federal No. 5, a la cabecera municipal de El Oro, por la calle Jacinto Salinas, se da vuelta a la derecha en la calle Abasolo, cruzando el jardín municipal hasta la calle Constitución, hasta dar vuelta a la derecha en la calle Benito Juárez donde se encuentra el teatro al lado derecho de la calle.	Señalética	Señalética ubicada en el suelo, en las esquinas y frente a los principales atractivos. Está en buenas condiciones, ya que es nueva.		
		Tipo de ingreso:	\$5.00 pesos	Tiempo de visita	30 minutos
Descripción del atractivo:	Teatro con capacidad para 600 personas. Decoración estilo neoclásica. Excelente equipo de audio e iluminación, cuenta con gradas, lunetas y palcos. Fue inaugurado el 5 de febrero de 1907.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Eventos artísticos como danza, obras de teatro, conciertos de música y opera, espectáculos infantiles, conferencias e informes de gobierno.				
Observaciones:	Los espectáculos son gratuitos. Es sede del 90% de las actividades culturales que se realizan en el municipio. Durante el día se proyectan videos musicales y se dan recorridos por la instalación. Tiene la certificación de Punto Limpio.				
Actividades turísticamente posibles:	Generar una experiencia a través de un recorrido temático-interactivo en donde se rescate la cultura e historia de la localidad. Programar eventos artísticos durante los fines de semana, que son los días de mayor afluencia turística.				
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento de turismo cultural, de todas las edades.				

Fuente: Elaboración propia.



Foto. 1.4, Teatro Juárez, El Oro.



Foto. 1.5, Interior del Teatro Juárez, El Oro.



Foto. 1.6, Interior del Teatro Juárez, El Oro.

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Tiro Norte	UTM:	X: 381177.28367724665 Y: 2189838.4807395968 Zona: 14		
Vía de acceso:	Calle empedrada en buenas condiciones y limpia con reciente remodelación.	Tipo de atractivo:	Construcción minera		
Cómo llegar:	Se llega por la carretera federal No. 5, entrando al libramiento, hasta encontrar la calle tiro norte y girar a la izquierda hasta el tiro norte.	Señalética:	Señalética ubicada en el suelo, en las esquinas y frente a los principales atractivos. Está en buenas condiciones, ya que es nueva.		
		Tipo de ingreso	Gratuito	Tiempo de visita	30 minutos
		Dirección:			
Descripción del atractivo:	Estructura de madera que está colocada en la boca de la veta San Rafael y sirvió para bajar canastas con mineros, es única en su tipo por su material (madera). Se ha acondicionado como mirador. Y su oferta se complementa con un teatro al aire libre y una cafetería que están próximos a inaugurar.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Se integra al recorrido ofrecido por el voluntariado de guías turísticos del Ayuntamiento.				
Observaciones:	Todo el atractivo se encuentra en óptimas condiciones debido a su reciente remodelación. Cuenta con un restaurante que se pondrá a concesión para brindar el servicio de alimentos y bebidas.				
Actividades turísticamente posibles:	Generar una experiencia a través de un recorrido temático-interactivo en donde se rescate la cultura e historia. Presentación de eventos culturales de música, teatro y danza, servicio de alimentos. Realizar actividades recreativas infantiles.				
Segmento turístico	Dirigido a un segmento de turismo cultural, de todas las edades.				

Fuente: elaboración propia



Foto. 1.7, Tiro Norte, El Oro.



Foto. 1.8, Restaurante, Tiro Norte, El Oro.



Foto. 1.9, Señalética, Tiro Norte, El Oro.

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Museo Antigua Estación del Ferrocarril	UTM:	X= 381355.6649480187 Y= 2189913.7644279376 Zona= 14		
Vía de acceso:	Calle empedrada en buenas condiciones y limpia con reciente remodelación.	Tipo de atractivo:	Museo		
Cómo llegar:	Se llega por la carretera federal No. 5, a la cabecera municipal de El Oro, por la calle Jacinto Salinas, se da vuelta a la derecha en la calle Abasolo, cruzando el jardín municipal hasta la calle Constitución, hasta dar vuelta a la derecha en la calle Benito Juárez hasta la calle Ángela Peralta se desvía a la izquierda hasta la primera esquina se encuentra el museo del lado derecho.	Señalética:	Señalética ubicada en el suelo, en las esquinas y frente a los principales atractivos y está en buenas condiciones, ya que es nueva.		
		Tipo de Ingreso:	Gratuito	Tiempo de visita:	30 minutos
		Dirección:	Ángela Peralta s/n, El Oro C.P. 50600		
Descripción del atractivo:	Se encuentra ubicado en las instalaciones de la antigua estaciones del ferrocarril y muestra una colección museográfica, que describe el medio de transporte que en aquella época era utilizado por gente y para transportar carga y minerales que eran extraídos de las minas.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Recorridos guiados por las instalaciones.				
Observaciones:	Solo abre los fines de semana, la entrada no tiene costo y es atendido por el voluntariado del ayuntamiento. La apertura y operación del museo está a cargo del Ayuntamiento, se puede observar limpieza en el sitio.				
Actividades turísticamente posibles:	Recreaciones de la época.				
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento de turismo cultural y de naturaleza, de todas las edades.				

Fuente: elaboración propia



Foto. 1.10, Museo Antigua Estación del Ferrocarril, El Oro



Foto. 1.11, interior del Museo Antigua Estación del Ferrocarril, El Oro



Foto. 1.12, interior del Museo Antigua Estación del Ferrocarril, El Oro

Ficha de identificación de recursos y atractivos			
Nombre con el que se identifica:	Museo de Minería	UTM:	X= 381600.6999660517 Y= 2189319.659276432 Zona= 14
Vía de acceso:	Calle empedrada en buenas condiciones y limpia con reciente remodelación.	Tipo de atractivo:	Museo
Cómo llegar:	Desde el jardín municipal se dirige por la calle Constitución, hasta dar vuelta a la derecha en la calle Benito Juárez hasta la calle Angela Peralta se desvía a la izquierda hasta la primera esquina se encuentra el museo del lado derecho	Señalética externa:	Señalética ubicada en el suelo, en las esquinas y frente a los principales atractivos y está en buenas condiciones, ya que es nueva.
Descripción del atractivo:	Este sitio, ocupa las instalaciones de los que fue la mina La Providencia y en el, se preserva la memoria fotográfica de esta localidad en su época de esplendor, además de minerales, planos y maquinaria utilizadas para extraer oro, plata y zinc.		
Actividades que se realizan en el atractivo:	Recorridos guiados por las instalaciones, Exposiciones de arte.		
Observaciones:	Esta retirado de los otros atractivos turísticos, no hay señalética para llegar y no hay transporte turístico que te lleve al museo. El estado de conservación es bueno, se ha remodelado recientemente.		
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos temáticos, exposiciones artísticas con mayor difusión, actividades recreativas al aire libre. Y talleres artísticos.		
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento de turismo cultural y de naturaleza, de todas las edades.		

Fuente: elaboración propia.



Foto. 1. 12, Museo de Minería El Oro



Foto. 1.14, Interior al Museo de Minería El Oro



Foto. 1.13, Entrada al Museo de Minería El Oro

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Restaurante El vagón Express	Altura (msnm):	240	UTM:	
Vía de acceso:	Calle empedrada en buenas condiciones y limpia con reciente remodelación.	Tipo de atractivo:	Establecimiento gastronómico		
Cómo llegar:	Desde el jardín municipal se dirige por la calle Constitución, hasta dar vuelta a la derecha en la calle Benito Juárez hasta la calle Ángela Peralta se desvía a la izquierda hasta la primera esquina se encuentra el museo del lado derecho.	Señalética	No hay señalética		
Descripción del atractivo:	Es un antiguo vagón de tren, convertido en restaurante, en el que se oferta una variedad de cocina internacional				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Venta de alimentos.				
Observaciones:	Es uno de los atractivos que por sí solo ha logrado posicionarse en la mente de los turistas, logrando que este restaurante sea emblemático para el destino.				
Actividades turísticamente posibles:	Festivales gastronómicos.				
Segmento turístico	Dirigido a un turismo cultural gastronómico, de todas las edades.				

Fuente: elaboración propia



Foto. 1.15, Restaurante el Vagón Express El Oro



Foto. 1.16, entrada al restaurante el Vagón Express, El Oro



Foto. 1.17, Restaurante el Vagón Express, El Oro

Ficha de identificación de recursos y atractivos				
Nombre con el que se identifica:	Iglesia Santa María de Guadalupe	UTM:	X= 381614.4683142194 Y= 2189655.589145565 Zona 14	
Vía de acceso:	Calle empedrada en buenas condiciones	Tipo de atractivo:	Iglesia	
Cómo llegar:	Desde el Jardín Madero se toma la Av. Hidalgo con dirección al sur y después de una cuadra se encuentra la Iglesia de Santa María de Guadalupe.	Señalética	No hay señalética	
		Tipo de acceso:	Gratuito	Tiempo de recorrido: 20 minutos
Descripción del atractivo:	En el atrio de la iglesia se puede disfrutar de un agradable jardín de rosas que rodea de una escultura de Cristo.			
Actividades que se realizan en el atractivo:	Fiesta patronal el 12 de diciembre, se hacen bailes, el coloquio de la representación de la aparición de la Virgen.			
Observaciones:	Hace falta limpieza en el atrio de la iglesia.			
Actividades turísticamente posibles:	Integrarla a un recorrido turístico.			
Segmento turístico:	Dirigido a un turismo religioso, de todas las edades.			

Fuente: elaboración propia.



Foto. 1.18, Iglesia de Santa María de Guadalupe, El Oro



Foto. 1.19, Iglesia de Santa María de Guadalupe, El Oro



Foto. 1.20, Interior de la Iglesia de Santa María de Guadalupe, El Oro

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Presa Brockman y Victoria	UTM:	X: 380116.42983440135 Y: 2186293.4799917266		
Vía de acceso:	Carretera pavimentada, los últimos 3 km requieren mantenimiento	Tipo de atractivo:	Presa artificial		
Cómo llegar:	Se llega por la carretera federal numero 14 El Oro - Villa Victoria, se toma la desviación del camino a la presa, se encontrara primero la Presa Victoria y posteriormente la Presa Brockman	Señalética	Existe señalética de la SCT e improvisada por prestadores de servicios turísticos en la presa		
		Tipo de acceso:	Gratuito	Tiempo de recorrido	2 a 3 horas
Descripción del atractivo:	Las presas se encuentran en un paraje de 70000 metros cuadrados de áreas verdes, existe oferta de servicios de hospedaje, alrededor se construye un andador peatonal y un mirador.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Observación de ecosistemas, venta de bebidas.				
Observaciones:	En sus inmediaciones rentan cabañas y bungalows mismos que se observan en deterioro. Es observable la presencia de residuos sólidos en la periferia de la presa Brockman.				
Actividades turísticamente posibles:	Venta de alimentos, paseos a caballo, paseos en lancha, juegos aéreos, zona de camping, observación de aves migratorias.				
Segmento turístico:	Dirigido a un turismo cultural gastronómico, de todas las edades.				

Fuente: elaboración propia



Foto. 1.21, Presa Brockman, El Oro



Foto. 1.22, Andador en la Presa Brockman, El Oro



Foto. 1.23, Cabañas en la Presa Brockman, El Oro

A pesar de que no existe un producto turístico implementado, hay afluencia de turistas constantes, sobre todo los fines de semana, sin embargo es importante lograr su estadía desarrollando diversas actividades de recreación al aire libre, culturales y nocturnas.

1.3 Evaluación de la oferta de hospedaje.

De acuerdo con la información obtenida, 25% de los hoteles de El Oro cuentan con distintivo M.

La oferta de hoteles del El Oro cuenta con 8 hoteles de 4 y 3 estrellas ubicados en su zona centro y cabañas y bungalows en la zona de la presa Brockman, las cuales requieren de mantenimiento, ya que dan la impresión de estar fuera de servicio. El total de habitaciones es de 186.

Los fines de semana llegan a tener una ocupación de aproximadamente del 80% y las tarifas van desde \$300 a \$ 1,000 pesos.

La oferta de hoteles de El Oro es la siguiente:

Nombre	Teléfono	Dirección
Casa Blanca	(01711) 1250382	Av. Hidalgo No. 30
Estanaci de descanso "Mina Descubridora"	(01711) 1250421	Carretera El Oro- Villa Victoria km 2
Bungalows "La Puntada"	(01711) 250160	Presa Brockman
"La Cañada"	(01711) 1581076	Presa Brockman
"Monte Alto"	(01711) 1250200	Carretera El Oro- Villa Victoria km 1.5
Posada familiar " Gaytán"	(01711) 1140913	Colonia Esperanza s/n.
Rancho Yapalpan	(0155) 50 167286	Camino a Microondas s/n
Real del Oro	(01711) 1250556	Carretera El Oro- Atlacomulco km 29

En algunos establecimientos de hospedaje se observa que la calidad del servicio es adecuada (atención del personal y instalaciones con falta de mantenimiento).

1.4 Especificación de la oferta complementaria.

- **Oferta gastronómica:**

En El Oro la oferta gastronómica es por sí misma uno de sus atractivos más importantes, considerando que el turismo es de paso.

El Oro ofrece una gastronomía muy variada, desde comida internacional, hasta antojitos mexicanos, además, se están haciendo esfuerzos por rescatar platillos típicos a base de conejo y trucha. Los establecimientos, se pueden encontrar de manera formal e informal, algunos de los primeros solo abren los fines de semana, cuando la afluencia de turistas es mayor. Los siguientes servicios de alimentos y bebidas son los más representativos del destino:

Alimentos y bebidas		
Nombre	No. de comensales	Dirección
Express Minero el "El vagón"	30	Av. Del Ferrocarril s/n Real de El Oro
Restaurante Caro	80	Jardín Madero No.2 Col. Centro
Restaurante La Mina	60	Carr. El Oro-Atalcomulco
Restaurante La Cañada	200	Presa Brockman
Restaurante La Puntada	No especificada	Presa Brockman s/n
Restaurante Pescados y Mariscos Cesar	40	Calle Abasolo No.8
Restaurante Don Porfirio	No especificada	Carr. El Oro-Atalcomulco, Calle Aquiles Serdan
Restaurante Casa Blanca	100	Hidalgo No. 30
Fondas y antojitos	No especificada	Al interior del mercado
Cantina-Bar El Gallo de Oro	No especifica	Jardín Madero no. 18.

Es importante resaltar que el restaurante "Express Minero El vagón", pos sí mismo genera interés, posicionándose como uno de los atractivos más importantes, junto con el Palacio Municipal y el Teatro Juárez. Generado la mayor derrama económica en cuanto a servicios de alimentos y bebidas; junto con el restaurante "Los Girasoles"

Uno de los platillos típicos de la comunidad es el conejo y sus derivados como el queso de puerco de conejo y como bebida tradicional, se prepara "la chiva", a base de 18 hiervas diferentes.

Un 75% de los establecimientos de alimentos y bebidas, cuentan con los distintivos: M y Punto limpio.



Foto. 1.24. Puestos de comida en la calle Altamirano, popularmente conocida como “Callejón del hambre”, EL Oro



Foto.1.25.Restaurante de comida contemporáneo, El Oro.



Foto.1.26 Restaurante de comida mexicana, El Oro

- **Agencias de viajes receptoras:**

Dentro del municipio de El Oro, actualmente no existe una agencia de viajes receptiva, que permita atender a los turistas con intención de realizar circuitos o rutas y que además genere empleos para la gente de la comunidad.

- **Oficinas de información:**

El Oro cuenta en total con tres centros de información turística, ubicados: el primero, afuera del Palacio Municipal, otro en la entrada del Teatro Juárez y por último uno en el interior del Museo del Ferrocarril. En dichos centros, se ofrecen recorridos guiados por los 8 atractivos turísticos principales del destino, cabe resaltar que los recorridos se pueden adaptar a las necesidades y tiempos de los turistas. Su horario es únicamente sábados y domingos de 10:00am a 5:00pm. Carecen de publicidad impresa que les permita promocionar los atractivos del destino.

▪ ***Guías turísticos:***

Actualmente tienen 6 mujeres como guía de turistas, de manera voluntaria con un salario de \$100 por día, únicamente tienen actividades los días sábados y domingos. Para mantener actualizadas a las guías, la Dirección de Turismo, cuenta con planes de capacitación turística coordinados por el gobierno federal y municipal, para mejorar el servicio que ofrecen.



Foto. 1.27. Guía de turistas, El Oro

▪ ***Empresas de servicios de turismo especializado (cultural, reuniones, aventura, termalismo, etc.):***

En la zona centro turística de El Oro, está ubicado la Casa de Artesanías y ocupa un antiguo edificio que fungió como bodega de la estación del ferrocarril, en la época del auge de la minería; actualmente se ha remodelado y funciona como escaparate para comercializar los productos artesanales que se elaboran en la localidad: orfebrería, cerámica, pailería, deshilados, dulces y conservas, muebles rústicos, souvenirs, postales y

sin faltar la bebida tradicional “la chiva”. En este, cada artesano tiene un espacio donde de manera autónoma se decide sobre los productos que oferta y sus precios, por lo que existe una competencia desleal.



Foto.1. 28. Casa Artesanal, El Oro

▪ ***Servicios de transporte turístico:***

Dentro del destino no se cuenta con un transporte turístico y es necesario para integrar los atractivos culturales y naturales que se encuentran alejados del centro de la localidad (Museo de Minería y presa Brockman y Victoria) en un producto turístico. Además el único transporte que existe en El Oro, es el servicio de taxis.

Sin embargo para llegar al destino el transporte terrestre cuenta con dos líneas que prestan servicios con calidad turística:

Transporte Pegaso: con corridas a Atlacomulco, Maravatio y México Poniente.

Caminante: cuenta con corridas cada 40 minutos de México Poniente.

▪ ***Oferta comercial susceptible de interés turístico (shopping):***

La oferta comercial que es de interés para los turistas es:

Artesanía: piezas de vidrio soplado, artículos de ocoxal.

Gastronomía: Licores y conservas artesanales, “la Chiva”; bebida digestiva tradicional y platillos típicos de la región a base de conejo.

Tianguis: Tiene lugar los lunes y es considerado como un atractivo turísticos tradicional, que data de más de 100 años, y aún se practica el trueque.

Por lo que el beneficio mayor que genera la actividad turística, se ve reflejado en la venta de artesanías, que también se puede encontrar en el interior del mercado municipal.

▪ **Artesanías:**

La variedad artesanal de El Oro, es la siguiente:

Utensilios y objetos decorativos como canastas y floreros de ocoxal (que son las hojas de pino finamente trabajadas). También se oferta artesanía elaborada con cobre, latón, hojalata y bronce; además se trabaja con la técnica de pewter (aleación metálica compuesta en su mayor parte de estaño y en un bajo porcentaje el cobre; de aspecto similar a la plata, es utilizado para la elaboración de cubiertos y vajillas rústicas)

Y debido a su cercanía con Tlapujahua, en donde se produce artesanías con vidrio soplado como las esferas, en El Oro se pueden encontrar algunos talleres de dedicados a esta actividad.



Foto.1.29. Artesanía de ocoxa, El Oro

▪ ***Espectáculos nocturnos, etc.:***

El Oro cuenta con el Teatro Juárez, que fue inaugurado el 5 de febrero de 1907 y que actualmente tiene una capacidad para 600 personas. La decoración que se aprecia en su interior es de estilo neoclásico y cuenta con gradas, lunetas y palcos., además de un excelente equipo de audio e iluminación, lo que ha permitido que este espacio sea propicio para desarrollar eventos de música, danza, eventos escolares y obras de teatro el año, como la ópera, conciertos de artistas reconocidos, encuentros de huapangos y pastorelas



Foto1.30. Eventos en el Teatro Juárez, El Oro

Los eventos que se realizan no se hacen con frecuencia y la difusión que se da de ellos no tiene el impacto deseado.

1.5 Factor Humano.

- ***Actitudes y sensibilidades de la población local con respecto al turismo y a los turistas.***

La actitud de los habitantes de El Oro con respecto a los turistas es positiva y cordial, hay disposición por parte de los locatarios para dar información a los turistas, la apariencia de los taxistas ha sido estandarizada y por ellos portan uniformes y las guías de turistas tienen una actitud servicial durante los recorridos.

Se puede observar una insuficiente presencia de seguridad pública, pero estos carecen de capacitación para el trato con el turista.

- ***Identificación de las necesidades de recursos humanos y de capacitación para los diversos subsectores vinculados al turismo.***

El Oro, cuenta con un 10% de personal con formación educativa turística, que labora en servicios de hospedaje y alimentos y bebidas.

Al año se brindan 5 capacitaciones a prestadores de servicios turísticos y uno de cultura turística infantil, sin embargo esto es insuficiente en:

El área de servicios de hospedaje y alimentos y bebidas, a pesar de que los prestadores tienen una actitud amable, es notorio la falta de capacitación en atención al cliente manejo de alimentos y bebidas y administración de empresas.

Las guías de turistas, pero muestran un interés por seguir capacitándose y actualizándose para ofrecer un servicio de calidad.

1.6 Marco institucional, normativo y asociativo.

La máxima autoridad municipal en materia turística, es la Dirección de Turismo, en la cual colaboran tres personas, haciendo poco eficiente su actividad dada la carga de trabajo.

La normatividad turística en el municipio se basa al cien por ciento en los lineamientos del Programa de Pueblos Mágicos, poniendo énfasis en la cuestión arquitectónica y de imagen urbana.

Las decisiones en la planeación del destino, se llevan a cabo a través del Ayuntamiento en coordinación del Comité Pueblos Mágicos, integrado por: Un representante de la Secretaría de Turismo, un representante del Instituto Nacional de Antropología e Historia, un representante municipal, un representante social, quien es el presidente del Comité de artesanos.

Los programas con los que cuenta el municipio en materia turística son:

- Programa Turístico Municipal.

- Programa de Zona de declaratoria Pueblo Mágico.
- Programa de Desarrollo Turístico Minero.
- Plan de Desarrollo Urbano Municipal.
- Plan de Desarrollo Estatal y Federal.

1.7 Accesibilidad y movilidad.

Para acceder al destino por la carretera federal número 5, desde Atlacomulco de Fabela; por la carretera estatal número 14 desde Villa Victoria y también tiene conectividad terrestre con Tlalpujahua en el estado de Michoacán.



Foto.1.31. Vías de acceso, El Oro.

1.8 Infraestructuras básicas.

Actualmente en El Oro, se puede observar una imagen urbana de reciente remodelación principalmente en:

- Calles: se pavimentaron dos calles principales Constitución y Juárez, con cantera negra.
- Fachadas: se hizo un remozamiento de fachadas en el centro de El Oro.
- Atractivos culturales: en el Tiro Norte se hizo un entorno cultural, que consta de un teatro al aire libre, una cafetería con servicio de baños.
- Atractivos naturales: en la presa Brockman se está rehabilitando un mirador con un andador con cantera negra, sin embargo se puede observar basura.



Foto. 1.32. Calles con reciente remodelación, El Oro



Foto. 1.33. Andador de presa Brockman, rehabilitado, El Oro.

Energía eléctrica: El Oro tiene cableado subterráneo.

- Alcantarillado: Está en proceso la construcción de una planta de tratamiento de aguas residuales que estará conectado al drenaje de la localidad.
- Agua potable: Hay una falta de abastecimiento diario de agua potable en el municipio, ya que se suministra cada tercer día, esto se ve reflejado de manera negativa en los servicios de hospedaje y alimentos y bebidas, cuando se registra una mayor afluencia de visitantes en el destino porque existe dificultad para satisfacer sus necesidades.
- Transporte: El servicio de taxi, es el que tiene mayor cobertura a nivel municipal, dado que atiende aproximadamente el 92% de las localidades.
- Seguridad: Actualmente se carece de equipamiento, personal y unidades en esta área, sin embargo en El Oro, se presentan bajos índices de delincuencia y violencia,

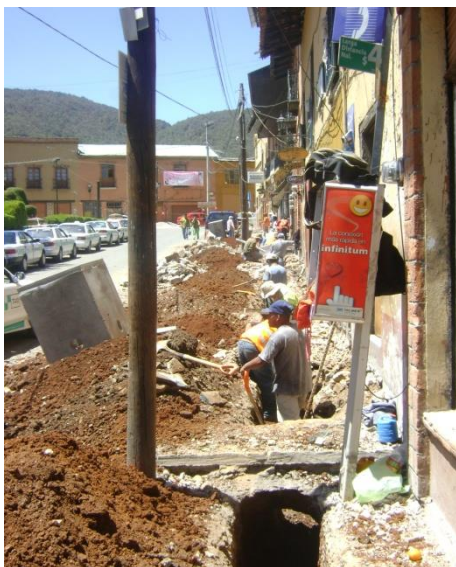


Foto.1.34. Cableado subterráneo, El Oro



Foto.1. 35. Remozamiento de fachadas, El Oro

El Oro cuenta con un solo banco, Banamex y un cajero Banorte.

En el centro del Oro, se han ubicado tres baños públicos, uno de ellos cuenta con regaderas y la tarifa promedio es de \$4.00 pesos También existen dos estacionamientos públicos y en general no hay problemas para encontrar lugar para estacionar los automóviles.

Dentro de El Oro el único transporte público disponible son taxis y para una mejor imagen, los prestadores están uniformados, sin embargo existe un exceso de vehículos ocasionando aglomeramiento en las calles

Para poder atender la salud de la comunidad de El Oro, está el Instituto Municipal Bicentenario, dependiente del Instituto de Salud del Estado de México y un hospital de especialidades.



Foto.1. 36. Hospital Municipal, El Oro

En general El Oro es un destino seguro, se observa vigilancia policiaca, las calles están iluminadas, los habitantes refieren que no hay problemas sociales.

1.9 Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano).

El Oro cuenta con un reglamento de imagen urbana, en el que se definen 3 zonas y sus límites y en la primera zona se llevan a cabo la mayoría de las actividades turísticas. Cuentan con un Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, que permita mejorar el entorno urbano y la convivencia social en el municipio; sus objetivos principales son:

La contención del comercio en vías públicas

Conservar y rescatar el entorno urbano y la convivencia social en el municipio.

Coadyuvar en el tránsito de la formalidad de los comerciantes en la vía pública.

Evaluación de la dinámica y del ordenamiento territorial y urbano y su grado de adecuación al turismo.

No existe comisión o dirección alguna que se encargue del ordenamiento vial.

Los poblados y localidades del municipio carecen de planes de ordenamiento para los asentamientos humanos, provocando un crecimiento no planificado en zonas no aptas para el desarrollo urbano.

Se carece de una normatividad interna en materia de preservación ecológica.

1.10 Protección ambiental y paisajística.

La actitud que tiene el gobierno municipal para desarrollar la actividad turística es favorable y ha hecho esfuerzos importantes para lograr que El Oro sea un destino competitivo, prueba de ello, son los siguientes programas:

- Programa de saneamiento de aguas residuales: para la construcción de una planta tratadora de aguas residuales. Pero no cuentan con la infraestructura y equipamiento para el manejo de desechos sólidos, solo cuentan con una bodega para almacenarlos y después llevarlos a otro lado para procesarlos.

- Diagnóstico de la problemática ambiental: arrojando como resultado que El Oro no tiene problemas importantes de contaminación.
- Diagnóstico de potencial de desarrollo turístico: para el proyecto del Socabón San Juan (que consta de un recorrido por los túneles de la mina para salir a un costado de la iglesia de Santa María de Guadalupe).

Sin embargo, actualmente los planes y programas no se han llevado a cabo, no se le da tratamiento de residuos sólidos, no cuentan con planta de tratamiento de aguas residuales y no se tiene rellenos sanitarios.

En cuanto a la protección del territorio urbano, en El Oro se han hecho esfuerzos importantes por lograr una imagen urbana que beneficie al turismo, se pavimentaron calles con material y mano de obra de la localidad y se mantienen limpias, se remodelaron las fachadas de las casas del centro de El Oro y el mercado, se está acondicionando el teatro Juárez para brindar un mejor servicio.

En la presa Brockman se está rehabilitando un andador y mirador, sin embargo hace falta limpieza, mantenimiento a la carretera y trabajar en el desarrollo de productos turísticos en esta zona.

1.11 Mercados.

El segmento de mercado al que dirigen los productos turísticos de El Oro, es primordialmente un mercado regional, provenientes del Estado de México y Distrito Federal (90%); seguido por el nacional e internacional (10%) procedentes de Francia, Venezuela, Italia, Canadá y Nueva York. La modalidad de viaje que se tiene registrada es en familias (70%) y en excursiones (30%). Tienen una alta afluencia de adultos mayores. Y los motivos por los que visitan el destino son: principalmente cultural (70%) y naturaleza (30%). Es decir que el motivo principal por el que los turistas visitan El Oro es por conocer la historia minera de este destino.

Existen dos tipos de personas que llegan al Oro:

- Los visitantes, cuya estadía es de 8 horas.
- Los turistas, cuya estadía es de 1 noche y su gasto promedio es de \$600 pesos.

En general los turistas que visitan El Oro, quedan satisfechos de acuerdo a sus expectativas que tenían antes de su visita.

1.12 Promoción y Comunicación.

Para promocionar el destino turístico El Oro, la Secretaria de Turismo Estatal imprime la revista del programa de Pueblos con Encanto y diseñó la campaña: "La Maravilla de tenerlo cerca" que es transmitida en radio y televisión. Cuentan con una marca posicionada "El Oro de México", sin embargo, el gobierno municipal no cuenta con recursos económicos propios para implementar campañas de publicidad.

1.- Visit México: en la página se oferta un paquete de dos días con actividades diversas para hacer en El Oro, no hay suficiente información sobre el destino, cuenta con una central de reservas y se ofertan otros lugares turísticos:

<http://www.visitmexico.com/es/pueblosmagicos/que-hacer-en-el-oro>

2.- Gobierno del Estado de México: en la página se puede encontrar información general del destino como: ubicación, atractivos, artesanías, historia, multimedia, hoteles, restaurantes y agencias, cuenta con una central de reservas y un link para trazar la ruta para llegar al Oro, sin embargo es poco interactiva y se puede encontrar información de otros destinos:

<http://turismo.edomex.gob.mx/turismo/htm/html/el-oro.html>

3.- México desconocido: Se encuentra información general del destino, sobre sus atractivos, fiestas, artesanías y gastronomía, cuenta con una galería fotográfica de sus principales atractivos y brinda información de cómo llegar por autobús y por carretera:

<http://www.mexicodesconocido.com.mx/el-oro-pueblos-magicos-de-mexico.html>

4.- Pueblos mágicos: Realmente es poca la información que se encuentra en la página relacionada con El Oro, dentro de esta, existe un buscador de hoteles, pero al hacer la búsqueda sobre el destino, no arroja ninguna información:

http://www.pueblosmexico.com.mx/pueblo_mexico_ficha.php?id_rubrique=482

También está la página del ayuntamiento en donde a parte de la información turística se encuentra información del municipio:

<http://www.eloromexico.gob.mx/turismo.html>

Ahora bien, las imágenes que presentan los distintos medios de comunicación para promocionar el destino, en algunas ocasiones se muestran de manera sobrevalorada, es decir no hay congruencia entre lo que se promociona y se ofrece en el destino.

Hacen uso de redes sociales, como Facebook, pero estos no actualizan la información de manera continua:

<https://www.facebook.com/pages/EL-Oro-de-Hidalgo-Estado-de-M%C3%A9xico/128805107143307?fref=ts>

1.13 Comercialización.

En el municipio de El Oro se utilizan dos formas de comercializar los diferentes productos turísticos: la primera, se presenta en el destino: se han ubicado módulos de información turística en el Palacio Municipal, el Teatro Juárez y el Museo del ferrocarril con guías turísticos, quienes realizan el recorrido por los atractivo de acuerdo con las necesidades de tiempo y físicas de los turistas. Y la segunda es a través de los medios masivos de comunicación: radio, televisión, impresa e Internet.

El Oro, forma parte del Corredor Minero integrado por los municipios de Tlalpujahuá, Angangueo y Ocampo; dicho corredor cuenta con un gran potencial para desarrollar actividades de turismo de naturaleza y cultural.

1.14 TIC's disponibles y utilizadas.

Actualmente El Oro cuenta con tecnologías de la información y la comunicación tradicionales como: radio, televisión servicios de telefonía y con las llamadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación como son: telefonía celular e Internet (cafés internet) este último mayormente utilizado para promocionar los eventos artísticos

2.-Malinalco, Estado de México



Población que conserva el ambiente apacible y un colorido encanto de calles empedradas casonas antiguas y flores, Malinalco proviene del náhuatl Mallinali y significa “lugar donde se adora a Malinalxochitl, la flor del malinalli o flor del zacate”, que es la diosa mexicana de la hechicería, adivinanzas y otras artes oscuras, quien también fue hermana del dios Huitzilopochtli.

La región fue habitada por teotihuacanos, toltecas, matlatzincas y aztecas, mismos que dejaron una importante huella en la cultura; el atractivo más importante es la zona arqueológica de Cuauhtinchan, conocida como Casa de los Guerreros Águila.

Se le concedió el nombramiento de Pueblo Mágico, el 22 de octubre de 2010



Foto 2.1 Zona Arqueológica de Cuauhtinchan, principal atractivo turístico de Malinalco

3.

Malinalco⁴ se localiza hacia el sur de la porción occidental del Estado de México. Limita al norte con los municipios de Joquicingo y Ocuilan; al sur con el municipio de Zumpahuacán y el estado de Morelos; al este con el municipio de Ocuilan y el estado de Morelos; al oeste con los municipios de Tenancingo y Zumpahuacán. Se adscribe a la Región VI de Ixtapan de la Sal. El municipio obtuvo su distinción como Pueblo Mágico el 22 de octubre de 2010⁵ y algunas de las actividades y visitas, obligadas, en este destino tienen relación al

⁴ Revista *México Desconocido*. “Malinalco: pueblo con encanto en el Estado de México”. Disponible en línea: <http://www.mexicodesconocido.com.mx/malinalco-pueblos-magicos-de-mexico.html>

⁵ Secretaría de Turismo. Boletín Informativo 128/2010. Disponible en línea: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_128_Impulsa_Programa_de_Pueblos_Magicos_el_crecimiento_y_desarrollo_de_las_comunidades_del_pais Gloria Guevara Manzo

ambiente místico que lo rodea, al caminar y apreciar el Santuario de los Guerreros Águila y Jaguar, ubicados en la Zona Arqueológica; degustar truchas al gusto; admirar las pinturas en la Casa de Cultura y en la Galería Tlakuikani, en esta última, es posible adquirir objetos en madera de ahuehuetes.

2.1 Perfil socioeconómico del municipio y en especial del papel del turismo en su sistema económico y social.

- **Localización**

Malinalco se ubica a los 19°57'07" de latitud norte y a los 99°30'06" de longitud del Meridiano de Greenwich; se localiza a los 1,750 metros sobre el nivel del mar; limita al norte con los municipios de Joquicingo y Ocuilan; al sur con el municipio de Zumpahuacán y el estado de Morelos; al este con el municipio de Ocuilan y el estado de Morelos; al oeste con los municipios de Tenancingo y Zumpahuacán.

La cabecera municipal se encuentra a 65 kilómetros de la ciudad de Toluca y tiene una extensión de 186.28 kilómetros cuadrados.

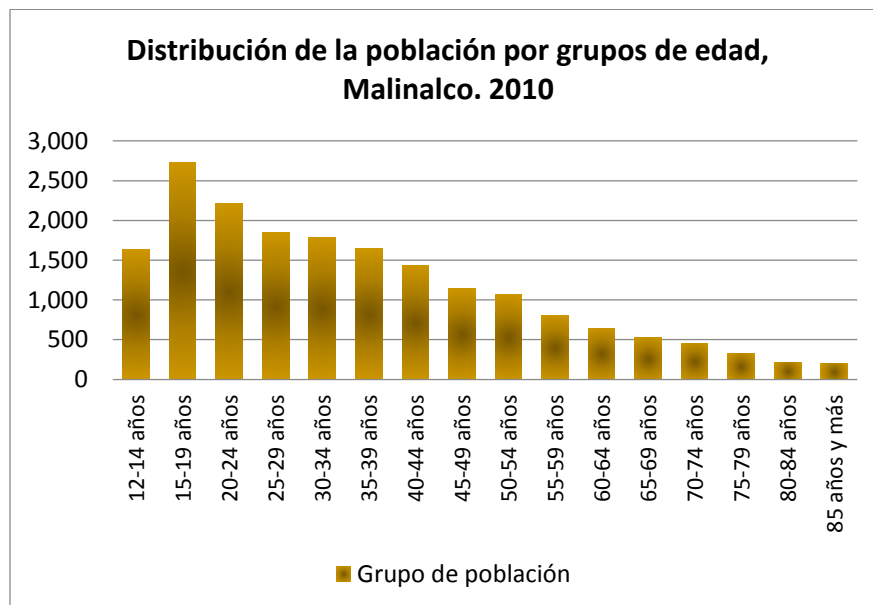
- **Población**

De acuerdo con los Censos y Conteos de Población y Vivienda del INEGI, en 2010 contaba con una población 25,624 habitantes.

A continuación se presenta la composición de la población mayor de 12 años por sexo y grupo de edad, así como su distribución por quinquenios de edad.

Composición de la población por sexo y grupos quinquenales de edad, Malinalco. 2010			
	Total	Hombres	Mujeres
	18,673	48%	52%
12-14 años	1,631	50%	50%
15-19 años	2,723	50%	50%
20-24 años	2,209	49%	51%
25-29 años	1,850	46%	54%
30-34 años	1,791	47%	53%
35-39 años	1,645	48%	52%
40-44 años	1,434	48%	52%
45-49 años	1,146	48%	52%
50-54 años	1,065	50%	50%
55-59 años	804	50%	50%
60-64 años	645	48%	52%
65-69 años	527	51%	49%
70-74 años	457	48%	52%
75-79 años	332	48%	52%
80-84 años	217	50%	50%
85 años y más	197	42%	58%

Fuente: Censos de Población y Vivienda del INEGI, 2010.



Fuente: Censos de Población y Vivienda del INEGI, 2010.

Del total de la población que habita en el municipio, el 37% forma parte de la Población Económicamente Activa (PEA). Según datos del INEGI, las edades de trabajo de los habitantes de Malinalco son de los 15 años hasta los 85 años de edad, siendo el quinquenio más poblado el correspondiente al que va de los 20 a los 24 años, ya que representa el 13% de la PEA.

Condición de actividad económica					
Total		Población económicamente activa			
		Ocupada		Desocupada	
		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Total	9,459	9,044		415	
15-19 años	1,009	78%	22%	81%	19%
20-24 años	1,267	73%	27%	78%	22%
25-29 años	1,150	71%	29%	81%	19%
30-34 años	1,103	72%	28%	95%	5%
35-39 años	1,073	71%	29%	94%	6%
40-44 años	928	69%	31%	94%	6%
45-49 años	725	72%	28%	93%	7%
50-54 años	675	74%	26%	82%	18%
55-59 años	464	77%	23%	100%	0%
60-64 años	331	77%	23%	92%	8%
65-69 años	249	81%	19%	83%	17%
70-74 años	190	81%	19%	100%	0%
75-79 años	108	86%	14%	100%	0%
80-84 años	62	85%	15%		
85 años y más	24	88%	13%		

Fuente: Censos de Población y Vivienda del INEGI, 2010.

La población que vive en Malinalco tiene un grado de rezago social bajo, de acuerdo a las estimaciones del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), este índice muestra la exclusión de los patrones de vida ordinarios de los habitantes e incluye las necesidades básicas. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentran, la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 11.72%; la población sin derecho a servicios de salud ha disminuido considerablemente, al haber pasado de 82.36% en el año 2000 y, en el último Censo

(2010), se registra que sólo el 30.37% de la población carece de este servicio. El porcentaje de viviendas con piso de tierra ha disminuido 16.3% en un periodo de 10 años (2000 – 2010). Otras consideraciones de las condiciones de la vivienda que se toman en cuenta son: si no cuentan con excusado o sanitario, para Malinalco el 14.22% no cuentan con este servicio; los hogares que no disponen de agua entubada representan el 18.77%.

Por otro lado, el grado de marginación representa el impacto de las carencias por la falta de acceso a la educación, residencias inadecuadas y privación de bienes en la población. Dentro de estos indicadores se encuentra el porcentaje de ocupantes sin energía eléctrica que para el año 2010 sólo comprende el 0.92%; las viviendas con algún nivel de hacinamiento representan casi la mitad de ellas (48.51%).

- ***Recursos naturales***

Cuenta con grandes recursos hidrológicos, representados por el río Ocuilan y por el Tlaxipehualco hasta Amacuzac. Otro río, es el Colapa, que recorre de oeste a suroeste y que es afluente del río Chalma, con el cual se une en el punto llamado Las Juntas; el del Molino, que corre de norte a sur.

Dentro de los manantiales con los que cuenta están San Miguel, el cual provee de agua potable a la cabecera, Ateopa, Cuatzonco, el Arco, el Guayabo, el Manguito y otros más. Los ríos de cauce temporal que se originan en la temporada de lluvias, éstos ríos se localizan en las siguientes barrancas: la del Tlacomolac, la de Tepolica, los Cuatcotomates, por donde fluye el río Puerco; la de la Guancha y el río del Puente Quebrado. Las presas son inexistentes y sólo puede mencionarse la laguna de Acomolgo. El clima predominante es semicálido, subhúmedo con lluvias en verano, con una temperatura media anual de 20°C.

- ***Infraestructura***

La red carretera en Malinalco cuenta con 135 kilómetros. de red federal, estatal y caminos rurales, que intercomunica sus localidades. Las vialidades que comprenden las carreteras federales son: Carretera San Martín–Palmar de Guadalupe, Carretera Jalmolonga–Amate

Amarillo, Carretera San Martín–Jalmolonga, Carretera San Simón el Alto–San Sebastián, Carretera Tecamatlán–San Simón el Alto y la Carretera Noxtepec de Zaragoza–Santa Ma. Xoquiac.

Por otro lado, las vialidades que comprenden las carreteras estatales son: la Carretera Joquicingo-Malinalco-Chalma, Carretera Chalma–Tepehuajes–San Andrés Nicolás Bravo, Carretera Tepehuajes-Planta Alameda-San Andrés Nicolás Bravo, Carretera San Martín-Palmar de Guadalupe y la Carretera San Nicolás–Tenería.

Como parte de las actividades terciarias, y, los servicios por turismo, su equipamiento urbano está integrado por tres tianguis y un mercado público; cuenta, también, con una unidad médica del IMSS y seis unidades médicas de la Secretaría de Salud del estado.

- **Actividades económicas**

- II. Las unidades que se dedican al comercio por menor se relacionan con el comercio de alimentos ya preparados, así como de dulces regionales. Los servicios de apoyo a los negocios incluye la organización de viajes, promoción de lugares con la infraestructura para realizar convenciones, congresos, seminarios, y servicio de intercambio de tiempos compartidos. Los servicios de entretenimiento a los que hace referencia son instalaciones para la práctica de deportes, y guías de turismo que trabajan por cuenta propia. Y, las unidades con servicios de alojamiento temporal en hoteles, cabañas, villas, tiempos compartidos, *bungalows* y similares sólo con los servicios de hotelería, es decir, limpieza general, cambio de ropa de cama y toallas. Incluye, también, establecimientos para el consumo de alimentos y bebidas, y lugares para el consumo de bebidas alcohólicas.

III.

Código	Actividad Económica	Unidades económicas	Personal ocupado total
31	- 33 industrias manufactureras	78	177
46	Comercio al por menor	527	1150
461	Comercio al por menor de abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco	274	607
4611	Comercio al por menor de abarrotes y alimentos	228	508
461160	Comercio al por menor de dulces y materias primas para repostería	76	185
461190	Comercio al por menor de otros alimentos	12	22
465215	Comercio al por menor de artículos y aparatos deportivos	6	11
56	Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	*	11
561	Servicios de apoyo a los negocios	*	11
5615	Agencias de viajes y servicios de reservaciones	*	3
56151	Agencias de viajes	*	3
71	Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	26	247
711	Servicios artísticos, culturales y deportivos, y otros servicios relacionados	*	1
713	Servicios de entretenimiento en instalaciones recreativas y otros servicios recreativos	*	246
72	Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	210	632
721	Servicios de alojamiento temporal	30	110
7211	Hoteles, moteles y similares	16	64
72119	Cabañas, villas y similares	*	6
7212	Campamentos y albergues recreativos	*	1
7213	Pensiones y casas de huéspedes, y departamentos y casas amueblados con servicios de hotelería	*	45
722	Servicios de preparación de alimentos y bebidas	180	522
7221	Restaurantes con servicio completo	*	18
72211	Restaurantes con servicio completo	*	18
7222	Restaurantes de autoservicio, comida para llevar y otros restaurantes con servicio limitado	165	472
7224	Centros nocturnos, bares, cantinas y similares	*	32

Fuente: Censo Económico 2009, INEGI. Confidencialidad de los datos proporcionados con fines estadísticos la columna unidades económicas se encuentra inhibida en varios renglones, mostrando un asterisco (*).

2.2 Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos.

Malinalco además de su agradable clima, cuenta con recursos y atractivos que lo han convertido en destino turístico, identificado con la cultura, naturaleza y gastronomía.

Sus principales recursos y atractivos son:

Ficha de identificación de recursos y atractivos

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Zona Arqueológica de Cuauhtinchan	UTM:	X= 446942.06124718406 Y= 2095612.1853129002 Zona=14		
Vía de acceso:	Calles en buen estado y 320 escaleras.	Tipo de atractivo:	Cultural arqueológico		
Cómo llegar:	Por la calle Amajac, hasta llegar a la escalinata de entrada.	Señalética	Ubicada en las principales calles del pueblo.		
		Tipo de ingreso:	\$48° pesos. Los domingos entrada gratuita para visitantes nacionales	Tiempo de visita	90 minutos.
		Dirección :	Municipio de Malinalco.		
Descripción del atractivo:	Es el principal atractivo del destino, se encuentra a 125 m sobre el nivel del pueblo, en el llamado Cerro de los Ídolos y fue uno de los sitios más importantes de la cultura azteca. El conjunto está en una amplia terraza y lo integran 6 templos, el más importante es llamado “Cuauhcalli o Casa de las Águilas”, famoso en el mundo por ser una construcción monolítica, al estar tallado sobre la roca. Cuauhtinchan era el sitio de iniciación de los guerreros Águila y Jaguar, de la cultura azteca.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Recorridos guiados, fotografía.				
Observaciones:	En general la Zona Arqueológica, está en buenas condiciones. Es manejada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia INAH. En la entrada hay baños, guardarropa, tienda y próximamente una sala de exposición.				
Actividades turísticamente posibles:					
Segmento turístico:	Dirigido a todos los segmentos, especialmente al Turismo cultural y a familias.				

Fuente:elaboración propia

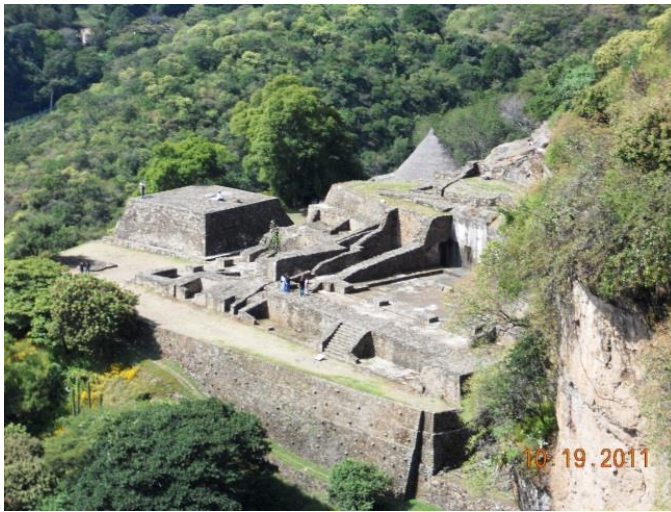


Foto 2.2 Panorámica de la zona arqueológica

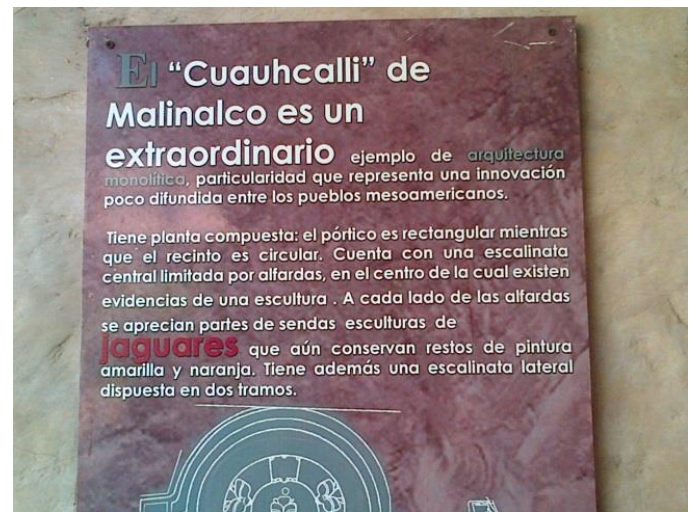


Foto 2.3 Señalética en zona arqueológica



Foto 2.4 Cuauhcalli



Foto 2.5 Interior del Cuauhcalli

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Convento Agustino	UTM:	X= 447541.78035082883 Y= 2095508.0185111202 Zona=14		
Vía de acceso:	Calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Cultural, arquitectónico y religioso		
Cómo llegar:	Enfrente de la Plaza Principal.	Señalética	Ubicada en las principales calles del pueblo.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	30 minutos.
		Dirección :			Plaza Principal, Malinalco.
Descripción del atractivo:	El conjunto arquitectónico del siglo XVI, formado por el Convento y el Templo del Divino Salvador, domina por sus dimensiones el centro de Malinalco. Es de estilo plateresco renacentista, su principal atractivo son los murales en el interior, plasmados por artistas indígenas representando la riqueza de la flora y fauna de la región.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Recorridos guiados, fotografía.				
Observaciones:	El atrio está descuidado, hay unos baños en regulares condiciones, en el exterior del conjunto se invade de comerciantes los fines de semana. Abierto de lunes a domingo de 10 a 18 horas.				
Actividades turísticamente posibles:	Talleres, exposiciones fotográficas, recorridos especializados en historia y arquitectura.				
Segmento turístico:	Dirigido a todos los segmentos, especialmente al Turismo cultural y a familias.				

Fuente: elaboración propia



Foto 2.6 Murales en Claustro alto



Foto 2.7 Murales en Claustro bajo



Foto 2.8 Templo del Divino Salvador

Ficha de identificación de recursos y atractivos Malinalco					
Nombre con el que se identifica:	Pinturas rupestres Los Diablitos	UTM:	X= 448825.38230149494 Y= 2095498.7943250672 Zona=14		
Vía de acceso:	Carretera y calles en buen estado. Última parte camino de tierra.	Tipo de atractivo:	Cultural, arqueológico		
Cómo llegar:	En la carretera a Chalma, entre el segundo y tercer arco, está la desviación a la izquierda. Aproximadamente a 1 km está la Cañada de Tepolica	Señalética	Ubicada en la carretera a Chalma.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	60 minutos.
		Dirección :	Cañada de Tepolica, Malinalco.		
Descripción del atractivo:	En la Cañada de Tepolica se encuentran unas pinturas antropomorfas parcialmente conservadas y parecen representar una danza,. El nombre de Diablitos es por su color rojo, ya que se dice están hechas con una mezcla de sangre con óxido de zinc				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Recorridos guiados, fotografía.				
Observaciones:	En los alrededores de Malinalco hay varios sitios con pinturas rupestres, dos de fácil acceso son Caritas y Coyotito.				
Actividades turísticamente posibles:	Senderismo, recorridos fotográficos.				
Segmento turístico:	Turismo cultural y académico.				

Fuente: elaboración propia



Foto 2.9 Pinturas rupestres en el destino

Ficha de identificación de recursos y atractivos				
Nombre con el que se identifica:	Museo Universitario	UTM:	X= 447220.0899604932 Y= 2095491.778882637 Zona=14	
Vía de acceso:	Calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Cultural y arqueológico	
Cómo llegar:	Por la calle Amajac, a dos calles de la Plaza Principal.	Señalética	Ubicada en la zona centro del pueblo.	
		Tipo de ingreso:	\$10° pesos. Entrada libre los miércoles.	Tiempo de visita 60 minutos.
		Dirección :	Calle Amajac s/n, Centro de Malinalco.	
Descripción del atractivo:	Se exhiben piezas prehispánicas de las diversas culturas que habitaron la región, también una completa colección de la herbolaria que se practicaba, colecciones históricas, documentales, y etnográficas. En el jardín del Museo, destaca la reproducción del Cuauhtli, el principal templo de la Zona Arqueológica de Cuautinchan.			
Actividades que se realizan en el atractivo:	Recorridos guiados, fotografía, venta de libros, artesanías y recuerdos.			
Observaciones:	Es un espacio muy agradable y la museografía es excelente. Es manejado por la Universidad Autónoma del Estado de México UAEM. Abierto de 10 a 17 horas, de martes a domingo. Cuenta con baños.			
Actividades turísticamente posibles:	Exposiciones de fotografía, artesanías, escultura.			
Segmento turístico:	Dirigido a todos los segmentos, especialmente Turismo cultural y académico.			

Fuente:elaboración propia



Foto 2.10 Reproducción del Cuauhcalli



Foto 2.11 Exposiciones etnográficas

Ficha de identificación de recursos y atractivos Malinalco					
Nombre con el que se identifica:	Casa de la Cultura	UTM	: X= 447541.78035082883 Y= 2095508.0185111202 Zona=14		
Vía de acceso:	Calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Cultural y artesanal		
Cómo llegar:	A un costado de la Plaza Principal.	Señalética	Ubicada en las principales calles del pueblo.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	30 minutos.
		Dirección :	Plaza Principal, Malinalco.		
Descripción del atractivo:	Está instalada en una antigua casa que funcionó como escuela y ahí están algunas reproducciones de pinturas murales de la zona arqueológica de Cuauhtinchan. También hay fotografías de vestigios prehispánicos, como el instrumento musical llamado Huéhuetl. Hay exhibición y venta de artesanías elaboradas por artesanos locales, como bellas piezas talladas en madera. Se realizan eventos de difusión cultural, danza y exposiciones.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Recorridos guiados, fotografía, venta de artesanías y recuerdos.				
Observaciones:	Se imparten clases de manualidades.				
Actividades turísticamente posibles:	Exposiciones de fotografía, artesanías, escultura.				
Segmento turístico:	Dirigido a todos los segmentos.				

Fuente: elaboración propia



Foto 2.12 Reproducción de murales



Foto 2.13 Exhibición y venta de artesanías

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Criadero de truchas El Molino	UTM:	X= 447584.92726311664 Y= 2093821.3492763767 Zona=14		
Vía de acceso:	Calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Gastronómico y natural		
Cómo llegar:	A 2 km de la Plaza Principal por la Av, Santa María y seguir las señales hacia el Barrio de La Soledad.	Señalética	Ubicada en las principales calles del pueblo.		
		Tipo de ingreso:	Libre, aunque algunas actividades tienen costo.	Tiempo de visita	30 minutos.
		Dirección :	Barrio de la Soledad, Malinalco.		
Descripción del atractivo:	Cuenta con instalaciones que permiten conocer el proceso de crianza y practicar la pesca deportiva de esta especie. Aquí se puede degustar de la trucha, en más de 10 diferentes especialidades. El criadero cuenta con restaurante y baños, en sus alrededores hay estacionamientos.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Pesca deportiva, observación de instalaciones, venta de alimentos y bebidas.				
Observaciones:	En sus alrededores está el llamado Corredor Gastronómico, una serie de restaurantes que ofrecen trucha en sus diferentes variedades, además de antojitos mexicanos. También muy cerca está el Campamento Tortuguero Mali-Xanat, dónde podrá ver ejemplares de esta especie. El Criadero de truchas está abierto diariamente de 9 a 17 horas.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados, fotografía.				
Segmento turístico:	Dirigido a todos los segmentos.				

Fuente: elaboración propia



Foto 2.14 Estanques para cría de truchas



Foto 2.15 Señalética hacia Corredor Gastronómico

Capillas de barrio

Malinalco se encuentra formado por ocho barrios y en cada uno de ellos hay una capilla, estas edificaciones son verdaderos monumentos históricos que se construyeron entre los siglos XVI al XVIII.

En ellas se llevan a cabo festividades en honor a los patrones de cada barrio, aquí mostramos la información de tres:

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Capilla de Santa Mónica	UTM:	X= 447274.42827852466 Y= 2095532.8975476199 Zona=14		
Vía de acceso:	Calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Cultural y religioso.		
Cómo llegar:	A 1 calle de la Plaza Principal rumbo a la Zona Arqueológica.	Señalética	Ubicada en Plaza Principal.		
		Tipo de ingreso:	Libre.	Tiempo de visita	15 minutos.
		Dirección :			Vicente Guerrero s/n, Centro de Malinalco.
Descripción del atractivo:	Construcción del siglo XVI, fue edificada en honor a la Virgen de Santa Mónica, su fiesta se celebra en el mes de abril. También se venera a la Virgen de Guadalupe y su fiesta se celebra el 12 de diciembre.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Fiestas patronales y culto católico.				
Observaciones:	Generalmente está cerrada, se requiere solicitar información en los Módulos de Turismo.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados, fotografía.				
Segmento turístico:	Cultural y religioso.				

Fuente: elaboración propia



Foto 2.16 Capilla de Santa Mónica, siglo XVI

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Capilla de Santa María	UTM:	X= 447505.91198349954 Y= 2095110.1067550848 Zona=14		
Vía de acceso:	Calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Cultural y religioso.		
Cómo llegar:	A 3 calles de la Plaza Principal por la calle Benito Juárez.	Señalética	Ubicada en Plaza Principal.		
		Tipo de ingreso:	Libre.	Tiempo de visita	20 minutos.
		Dirección :	Benito Juárez s/n, Centro de Malinalco.		
Descripción del atractivo:	Construida en el siglo XVIII, fue edificada en honor a la Virgen María, sus festividades principales son la fiesta en honor a la Asunción el día 15 de agosto y la de la Virgen de la Candelaria el día 2 de febrero.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Fiestas patronales y culto católico.				
Observaciones:	Generalmente está cerrada, se requiere solicitar información en los Módulos de Turismo.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados, fotografía.				
Segmento turístico:	Cultural y religioso.				

Fuente: elaboración propia



Foto 2.17 Capilla de Santa María, siglo XVIII

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Capilla de San Juan	UTM:	X= 447748.945289936 Y= 2095869.8179128512 Zona=14		
Vía de acceso:	Calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Cultural y religioso.		
Cómo llegar:	A 3 calles de la Plaza Principal por la calle Progreso.	Señalética	Ubicada en Plaza Principal.		
		Tipo de ingreso:	Libre.	Tiempo de visita	20 minutos.
		Dirección :	Progreso esquina San Juan, Centro de Malinalco.		
Descripción del atractivo:	Construida en el siglo XVIII, en honor a San Juan Bautista, quien es el Santo Patrón del barrio. Sus festividades principales son: el 24 de junio en honor al Santo Patrón y el 8 de septiembre, en honor a la Virgen de la Candelaria.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Fiestas patronales y culto católico.				
Observaciones:	Generalmente está cerrada, se requiere solicitar información en los Módulos de Turismo.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados, fotografía.				
Segmento turístico:	Cultural y religioso.				

Fuente: elaboración propia



Foto 2.18 Capilla de San Juan, siglo XVIII

Aunque se encuentra fuera del Pueblo Mágico de Malinalco, no podemos dejar de mencionar un atractivo singular en el Municipio, el Santuario de Chalma:

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Santuario de Chalma	UTM:	X= 454254.03227085003 Y= 2093446.1200668812 Zona=14		
Vía de acceso:	Carretera en buen estado.	Tipo de atractivo:	Cultural y religioso.		
Cómo llegar:	A 10 km de Malinalco por carretera señalizada.	Señalética	Ubicada en carretera Malinalco - Chalma.		
		Tipo de ingreso:	Libre.	Tiempo de visita	60 minutos.
		Dirección :			Chalma, Municipio de Malinalco.
Descripción del atractivo:	Es el segundo centro religioso más visitado de México. El Santuario está formado por la iglesia del siglo XVII que alberga al “Señor de Chalma”, un convento, la cueva de la aparición, dos hospederías para peregrinos, la plaza del danzante y una capilla abierta.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Peregrinaciones, Fiestas patronales y culto católico.				
Observaciones:	Alrededor del Santuario hay restaurantes, locales de artesanías y objetos religiosos, tiendas y toda clase de servicios. Abierto diariamente de 6 a 21 horas.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados, fotografía.				
Segmento turístico:	Cultural y religioso.				

Fuente: elaboración propia



Foto 2.19 Santuario de Chalma





Foto 2.20 Lugar de peregrinaciones

2.3 Evaluación de la oferta de hospedaje.

Desde su nombramiento en 2010 como Pueblo Mágico, Malinalco ha tenido un incremento en su oferta de hospedaje, tanto en cantidad de establecimientos, como en variedad de categorías y tarifas.

Resumen del inventario que realizó la Dirección de Turismo Municipal, en 2013:

No.	NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO / MAIL / PÁGINA WEB
1	AMEL	EL TANQUE S/N, SAN JUAN	(01 714) 14 70202 / www.hotelamel.com
2	CASA LIMÓN	RÍO LERMA 103, SANTA MARÍA	(01 714) 14 70256 / www.casalimon.com
3	CASA MORA	LA CRUZ, SANTA MARÍA, MALINALCO. #18	(01 714) 14 705 72 reserve@casamora.net
4	IXCAL MALINALCO	CAMINO A JALMOLONGA S/N, LOMA DE SAN FELIPE	(01714)14 7 24 31 www.hotelixcalmalinalco.com
5	EL ASOLEADERO	COMERCIO ESQ. CON ALDAMA, SAN JUAN	(01 714) 14 70184 csor1959@yahoo.com.mx
6	LAS CABAÑAS	PROGRESO # 1, SAN JUAN	(01 714) 14 70101 / 1470090
7	LAS CÚPULAS	CAMINO REAL A TENAMPA S/N, SAN ANDRÉS	(01 714) 14 70655 / (01714) 1470655 www.lascupulas.com
8	POSADA FAM. VILLAS MIRANDA	SAN JUAN S/N, SAN JUAN	(01 714) 14 712 84
9	MARMIL	PROGRESO 67, SAN JUAN	(01 714) 14 70916
10	PLAZA DEL SOL	CALLE DE EN MEDIO S/N, SAN JUAN	(01 714) 14 71582 www.plazadelsol.net
11	SANTA MÓNICA	HIDALGO 109, STA. MÓNICA	(01 714) 14 70031 / mali-gro@hotmail.com
12	JARDÍN VILLAS MALINALCO	CARR. MALINALCO A CHALMA S/N, SAN JUAN	(01 714) 14 71425 hoteljum@hotmail.com
13	POSADA FAM. DOÑA BIBIS	ALDAMA S/N, SAN JUAN	(01 714) 14 70369
14	CASA NAVACOYAN	PROL. PIRUL NO. 62 SAN JUAN	(0714) 1470411 / www.casanavacoyan.com
15	HOTEL MALINALCO	PROL. GALEANA 148, STA. MARÍA	(01 714) 14 71950 / www.hotelmalinalco.com.mx hotel_malinalco@hotmail.com
16	POSADA FAM. EL REFUGIO DE GLORIA	AV. MORELOS S/N, STA. MARÍA	(55) 53107459 (045) 7223518477
17	HOTEL GRANADO	AV. PROGRESO S/N, SN. JUAN	(01 714) 14 70781
18	CASA CAMPANARIO	HIDALGO S/N, SN. JUAN, MALINALCO PLAZA PRINCIPAL	(01 714) 14 70413 cel. 72242869 87
19	"TEPEHUAKAN"	SANTA MARÍA # 8, PROLONGACIÓN GALENA	(01714)14 70242 / 7224151247 hotel_tepehuacan@hotmail.com
20	B&B QUINTA ASENCIÓN 	CERRO DE LA ASENCIÓN 8, SN. JUAN	(01 714) 14 7 15 67 http://quintaascension.sitospodigy.com.mx
21	"CASA DE LOBO" 	RIO GRIJALVA #203 SAN PEDRO	015526516564 / 71414 72053 www.casadelobo.com.mx
22	QUINTA REAL LAS PALMAS	CALLE AGRICULTURA # 24 BARRIO DE SANTA MARÍA	(01714) 14-70296 / 5527023699 www.quintarealaspalmas.com

23	POSADA FAM. MARÍA DOLORES	CALLE JUÁREZ, PLAZA PRINCIPAL SANTA MARÍA	(01714)14 70354
24	VILLA HOTEL	AV. GUERRERO, PLAZA PRINCIPAL, STA. MÓNICA	(01714)14 70001
25	CASA DE CAMPO	RIO LERMA N0.100 STA. MARIA	(01)5556589826 / 147-21-28 /147-07-49 casadecampomalco@pgmail.com www.hotelcasadecampo.com.mx
26	CLUB DE GOLF MALINALCO 	CARR. JOQUIZINGO-MALINALCO S/N, SN. SEBASTIAN- AMOLA.	(714) 14 2 93 00
No.	NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO / MAIL / PÁGINA WEB
27	CASA POMARROSA	SIERRA QUERÉTARO # 112 BARRIO DE SAN ANDRÉS	(01714) 14-7-22-38 cel. 0445539329204
28	CASA RICHER	SIERRA QUERÉTARO S/N ESQ. MIGUEL NEGRETE, SN. ANDRÉS	(714) 1470127 ó cel. 7222039688 dulcheduarte@gmail.com
29	CABAÑAS SAN DIEGO	GALEANA S/N SANTA MARIA	(01714) 14-7-21-88 (01714) 14-7-22-96
30	HOTEL & LOUNGE PARADISE	EL PEDREGAL 409, ESQ. CARR. MALINALCO-CHALMA	(01 714) 14 70 4 21
31	CASA DE HUESPEDES LAS BUGAMBILIAS	CALLE SN. JUAN, SAN JUAN	(01 714) 14 702 69 / (045) 722 531 58 23 www.arcenciel-sanacion.jimdo.com stephane.sanacion@gmail.com
32	CANTO DE AVES QUINTA BOUTIQUE	CARR. MALINALCO -CHALMA, BARRIO LA LADRILLERA, PARAJE EL TRAPICHITO	(01 714) 1 47 24 72 www.cantodeaves.com

A diciembre del 2013, Malinalco tenía un total de 290 habitaciones de diferentes categorías, mismas que son suficientes para atender el mercado que actualmente lo visita, que principalmente es de dos noches, viernes a domingo.



Foto 2.21 Hoteles de reciente apertura



Foto 2.22 Hoteles tradicionales del destino



Foto 2.23 Oferta de hospedaje



Foto 2.24 Oferta de hospedaje

2.4 Especificación de la oferta complementaria.

▪ *Oferta gastronómica.*

Una de las fortalezas de Malinalco es su gastronomía, tanto de platillos típicos como la trucha, conejo, cecina, taco de plaza, chorizo, tlacoyos y una infinidad de platillos mexicanos que pueden disfrutarse en los diferentes restaurantes del lugar y en el tianguis tradicional.

También existen restaurantes de comida internacional, carnes, cafeterías y las tradicionales pizzas a la leña. Mención aparte merece el pan, que tiene un sabor especial que le dan los hornos de leña regionales.

También la oferta de alimentos y bebidas se ha incrementado desde el nombramiento de Pueblo Mágico, a continuación un resumen del inventario que realizó la Dirección de Turismo Municipal en el año 2013, incluyendo los restaurantes que están en los hoteles:

No.	Nombre	Dirección	Teléfono / correo/ página web	Tipo de comida
1	AMEL	EL TANQUE S/N, SAN JUAN	(01 714) 14 70202 www.hotelamel.prodigy.com	MEDITERRÁNEA
2	CASA LIMÓN	RÍO LERMA #103, SANTA MARÍA	(01 714) 14 70256 www.casalimon.com info@casalimon.com	INTERNACIONAL Y SERVICIO DE BAR
3	OCLANILAM	CALLE 20 DE NOVIEMBRE, A UN COSTADO DEL CONVENTO	7221811723	TÍPICA DE MALINALCO Y CAFÉ CRIOLLO DE LA REGIÓN
4	EHECÁTL	HIDALGO 10, SANTA MARÍA	(01 714) 14 71403 7225982170	GASTRONOMÍA NACIONAL
5	EL ENCUENTRO	CARRETERA MALINALCO-JOQUICINGO S/N, SAN JUAN	(01 714) 14 70339 goyoknauthbritto@yahoo.com.mx	COMIDA NACIONAL, JAPONESA Y BANQUETES, JARDÍN P/ EVENTOS
6	KOI	MORELOS, S/N, SANTA MARÍA	(01 714) 14 71621	ORIENTAL
7	LA CASONA	HIDALGO S/N, SANTA MARÍA	(01 714) 14 71646	NACIONAL Y SALÓN PARA EVENTOS
8	LOS BETOS	GALEANA S/N, SANTA MARÍA	(01714) 714-5-96-41-36	MARISCOS
9	LA PLAYA	GUERRERO S/N, SANTA MÓNICA	(01 714) 14 71911 laplayamalinalco@hotmail.com	CASERA MEXICANA E INTERNACIONAL, ALBERCA Y ÁREAS VERDES, CAPACIDAD 150 PERSONAS.
10	LOS MIRANDA	SAN JUAN S/N	(01 714) 14 712 84	TRUCHA AL GUSTO
11	LAS PALOMAS	GUERRERO 104, SANTA MÓNICA	(01 714) 14 70122	NACIONAL E INTERNACIONAL, BANQUETES
12	LOS PILARES	GUERRERO S/N, PLAZA PRINCIPAL.	(01 714) 14 71453	GASTRONOMÍA INTERNACIONAL
No.	Nombre	Dirección	Teléfono / correo/ página web	Tipo de comida
13	"LOS PLACERES" 	CENTRO ENTRE HIDALGO Y GUERRERO.	(01 714) 14 7 08 55 pezielo@gmail.com	INTERNACIONAL Y BANQUETES
14	RANCHO SECO 	CARR. MALINALCO-CHALMA, SN. JUAN	-----	BARBACOA Y POZOLE.
15	ECORE	JUÁREZ S/N, FRENTE A PLAZA PRINCIPAL.	CEL.7225049113 mail.pizzaecoremaili@gmail.com	PIZZAS A LA LEÑA
16	BUFFETT CASA LUNA	AV. PROGRESO, 6 SAN JUAN	017141470575	ENSALADAS, CREMAS, BEBIDAS.
17	MOJARRA FELIZ 	CARRETERA MALINALCO CHALMA A 3 KM. DE MALINALCO	CEL.7222412464 7221247686 7224438977	10 PLATILLOS DIFERENTES, CAPACIDAD 250 PERSONAS

18	CANTA RANAS	CARRETERA MALINALCO -- JALMOLONGA	CEL.7225722524	ALBERCA, CHAPOTEADERO, EVENTOS SOCIALES, CAP. 200 PERSONAS
19	CAFÉ JOI	AV. PROGRESO BARRIO SAN JUAN	TEL.01 714 14 7 03 58	OFRECE ENSALADAS Y CREPAS
20	LA ERA ASADERO	CALZADA AL PANTEÓN N0.311 BARRIO DE SAN JUAN, A 80 M. DE LA CARRETERA MALINALCO-CHALMA	TEL.(714)14-7-19-69 CEL(722)3-50-11-03	SIRLOIN,T-BONE,RIB-EYE,PRIME-RIB COWBOY, ARRACHERA, CECINA, CHORICERO.
21	EL PUENTE DE MÁ-LI 	HIDALGO 22, SANTA MÓNICA	TEL: 01 714 14 7 0129 elpuentedemali.@gmail.com	PEPITO, FONDUE % WINE BAR, INTERNET INALÁMBRICO, LIBRERÍA, JARDÍN Y TERRAZA.
22	RESTAURANTE TLATOANI	CALLE DE EN MEDIO S/N, SAN JUAN	(01 714) 14 71582 www.plazadelsol.net	BANQUETES Y EVENTOS ESPECIALES.
23	LAS ADELITAS	CALLE GUERRERO, PLAZA PRINCIPAL,	7222672320 lasadelitas@live.com	COMIDA MEXICANA,
24	ESCARABAJO 1 Y 2	CAMINO A LAS TRUCHAS	(01 714) 14 71070	JARDÍN, TV, AUDIO
25	RESTAURANT TEOCALLI	CALLE SIERRA TAXCO FRENTE A LA IGLESIA DE LA SOLEDAD	7223584485	EVENTOS, ALBERCA CHAPOTEADERO
26	RESTAURANTE EL EDÉN	CALLE GUERRERO SANTA MÓNICA	(01714) 14-70196	
27	RANCHO LA GLORIA	SIERRA GUERRERO BARRIO DE SAN ANDRÉS	7222448322 7223133645	
28	LA FLOR DE LA VIDA	GUERRERO, ESQ. AGUSTIN MELGAR.		PLATILLOS NACIONALES
29	FLOR Y CANTO	CARR. MALINALCO-CHALMA, EL PUENTECITO	(01 714) 14 7 23 93 www.restaurantemalinalco.com	COMIDA NACIONAL.



Foto 2.25 Restaurantes con todo los servicios



Foto 2.26 Platos típicos y comida mexicana



Foto 2.27 El famoso pan horneado en hornos de leña



Foto 2.28 Muchos restaurantes sólo abren fines de semana

Una debilidad de Malinalco, es que la mayoría de los restaurantes sólo abren de viernes a domingo, e inclusive el domingo muchos cierran a las 18 horas.

Lo anterior genera un problema para los visitantes que aún permanecen en el destino y que pernoctan, pues limita la estadía y el gasto.

Los prestadores de servicio comentan que la mayoría de los visitantes se van por la tarde, por lo que no conviene seguir abiertos.

Esta situación resta competitividad al destino, pues prácticamente limita una de las principales actividades económicas y de servicio turístico a sólo 3 días.

- ***Agencias de viajes receptoras.***

No hay este tipo de empresas, sin embargo algunas operadoras de ecoturismo, turismo de aventura y cultura, como **Algo más de Mali** y **Maliemociones**, ofrecen este servicio pues integran diferentes actividades en paquetes.

- ***Oficinas de información.***

Existen 3 Módulos de información turística manejados por la Dirección de Turismo Municipal, están en el kiosko de la Plaza Principal, en el Exconvento Agustino y el Museo Universitario.

Cuentan folletería tanto del destino, como de prestadores de servicios turísticos de alimentos, bebidas y actividades. Abiertos viernes a domingo, de 9 a 17 horas.



Foto 2.29 Módulo de información turística en la Plaza Principal

- ***Guías turísticos.***

Solamente hay guías en la zona arqueológica y en el Exconvento, sin embargo las empresas que ofrecen actividades y recorridos tienen sus propios guías.

- *Empresas de servicios de turismo especializado (cultural, reuniones, aventura, termalismo, etc.).*

Malinalco ofrece diversas actividades ligadas a la naturaleza, aventura y cultura, hay varias empresas que ofertan paquetes integrando actividades y transporte local, las más conocidas son:

- **Maliemociones:** especializados en deportes de aventura, ofrecen cañonismo, rappel, cabalgata, cuatrimotos y parapente. También tienen recorridos gastronómicos, prehispánicos, a las capillas del pueblo, temazcal y leyendas.
- **Mali Kualli:** es un complejo Ecoturístico con alberca, temazcal, área de campamento, estacionamiento, jardín y baños ecológicos.
Ofrece actividades de tirolesa, rappel, escalada natural, cabalgata, cuatrimotos y vuelos en parapente.
- **Algo más de Mali:** ofrece paquetes de cultura (visitas guiadas, museos, turismo rural), ecoturismo (senderismo y paisajismo) aventura (rappel, tirolesa, espeleología) y actividades especiales (parapente, campamentos, temazcal, excursiones didácticas escolares y grupos empresariales)
- **Grupo Municipal de Turismo Alternativo:** Empresas dedicadas a diversas modalidades de turismo, los miembros son Despegue Bistro (vuelos en parapente), Yaoyotl Gotcha, Museo Vivo Los Bichos y Promotora Algo más de Mali.



Foto 2.30 Turismo de aventura



Foto 2.31 Senderismo

- ***Servicios de transporte turístico.***

No hay un servicio de este tipo en el destino, los visitantes utilizan taxis.

- ***Oferta comercial susceptible de interés turístico (shopping).***

Existen algunas tiendas especializadas en arte, muebles de madera y pinturas, pero realmente no hay una oferta variada.

- ***Artesanías.***

Malinalco tiene una tradición artesanal ligada a sus raíces prehispánicas, destaca la talla de madera y los textiles como los finos rebozos, también hay joyería con materiales orgánicos y pintura.

La Casa de la Cultura tiene una sala que presenta trabajos de los artesanos locales.

En la entrada del segundo arco, sobre la carretera Malinalco – Chalma, está el Mercado Artesanal, espacio que recientemente fue construido para albergar a los artesanos que ahí trabajan y exhiben sus obras, es un lugar que muestra la riqueza cultural del destino.

También los miércoles y domingos en el tianguis que se instala en la zona centro, se ofrecen productos regionales, comida tradicional y artesanías de madera tallada en forma de animales o de instrumentos musicales.



Foto 2.32 Finos rebozos



Foto 2.33 Mercado artesanal

Espectáculos nocturnos, etc.

No hay oferta de este tipo en Malinalco, lo único son algunos restaurantes que cierran a la medianoche.

2.5 Factor Humano.

- ***Actitudes y sensibilidades de la población local con respecto al turismo y a los turistas.***

En general la población local está consciente de la importancia de la actividad turística, comentan que los fines de semana, hasta un 80% de la población económicamente activa trabaja en actividades relacionadas con el turismo o el comercio que se genera por la llegada de visitantes.

También se nota una actitud amigable con los visitantes, tanto de los habitantes, como de las personas que atienden todo tipo de negocios.

Los taxis están perfectamente identificados y muestran el logo de Pueblos Mágicos y el nombre de Malinalco.

- ***Identificación de las necesidades de recursos humanos y de capacitación para los diversos subsectores vinculados al turismo.***

El Director Municipal de Turismo comentó que durante 2013 se impartieron entre 10 y 12 cursos, como Certificación del Distintivo M, Cultura Turística, Mercadotecnia y Servicios Turísticos de Calidad.

Destacó que es necesario que dependiendo de los cursos, participen tanto dueños (que generalmente son los que manejan el negocio), como los empleados, pues es muy poca la asistencia de personal directivo.

Empresarios entrevistados señalaron algunas necesidades de capacitación:

- ✓ Se requiere cursos especializados en alimentos y bebidas
- ✓ Que se impartan cursos para todas las empresas
- ✓ Cursos para guías en tema cultural

Por la vocación del destino en el tema gastronómico, sería importante que conjuntamente empresarios y autoridades diseñen un Programa de capacitación, en todos los temas que involucra la actividad de alimentos y bebidas.

2.6 Marco institucional, normativo y asociativo.

La Dirección de Turismo Municipal es la responsable de la actividad turística en el destino, tiene 5 empleados y recibe apoyo de la Regiduría de Turismo. No cuenta con presupuesto para atender necesidades como señalética en carretera, promoción o participación en ferias y eventos.

Sobre el Comité Pueblo Mágico, el Director de Turismo Municipal señaló que tiene tiempo que no se reúne, mismo comentario de los empresarios entrevistados.

Existe un Plan Municipal de Desarrollo 2013 – 2015 y se está elaborando el Programa Municipal de Turismo.

Se cuenta con el Reglamento de Imagen Urbana, que en la parte de paleta de colores y letreros de negocios se cumple.

Por la parte empresarial se está formando una asociación llamada GRUMUTURA, que actualmente cuenta con 8 socios, pero los actores señalaron que es necesario formar un Comité de Turismo en el que participen todas las empresas, independiente del Comité Pueblo Mágico, en el que participan muy pocos miembros.

En general existe en el Gobierno Municipal la voluntad, aunque con pocos recursos aparte de los de Pueblo Mágico, para que el Turismo sea un camino para avanzar en el desarrollo económico y social de Malinalco. De hecho en varios espacios públicos, se destaca que Malinalco es un Pueblo Mágico.



Foto 2.34 Imagen en Palacio Municipal



Foto 2.35 Paleta de colores y letreros

2.7 Accesibilidad y movilidad.

Malinalco está comunicado por varias carreteras libres y de cuota, incluyendo la autopista a Ixtapan de la Sal, por lo que actualmente el recorrido a Toluca y Cuernavaca es de 1 hora, y a la Ciudad de México 2 horas.

Una debilidad evidente en todas las carreteras hacia el destino, es que casi no existe señalización que indique dirección y distancia.

No hay Terminal de Autobuses en Malinalco, las líneas de transporte que comunican al municipio son: Tres Estrellas del Centro, que da servicio a Toluca, Tenancingo, Malinalco y Chalma; Autotransportes Águila, que conecta con México, Santiago Tianguistenco y Chalma; Flecha Roja, que da servicio a Toluca, Santiago Tianguistenco, Chalma y México, y Estrellas del Noreste, con servicio a Toluca, Ocoyoacac, Santiago Tianguistenco y Chalma.

Es importante señalar que sólo hay 2 viajes directos desde la Ciudad de México, 1 el sábado y 1 el domingo. Los taxis dan servicio colectivo en la ruta Malinalco – Chalma.

Los sábados, domingos y días festivos, en la zona centro de Malinalco se complica el tráfico vehicular por la cantidad de carros y taxis que circulan por la Av. Hidalgo a un costado de la Plaza Principal, ya que está bloqueada por comerciantes, el resto de la circulación en la Plaza y frente al Exconvento.

Se requiere un proyecto para mejorar el tráfico vehicular y la movilidad del visitante.



Foto 2.36 Varias líneas de autobuses llegan al destino



Foto 2.37 Tráfico en zona centro, fines de semana



Foto 2.38 Comerciantes en zona centro



Foto 2.39 Comerciantes enfrente del Exconvento

2.8 Infraestructuras básicas.

Malinalco cuenta con todos los servicios básicos, que en general no tienen problemas.

Los servicios de salud son: Hospital de Malinalco, Consultorio ISSEMYM y Centro de Salud.

En seguridad, hay 28 policías en la cabecera y los fines de semana policías estatales.

En residuos sólidos, recientemente se acaba de poner en marcha el Centro de transferencia y manejo, ubicado afuera de la población.

En el tema de agua, no hay problema de abasto; asimismo se cuenta con una planta de tratamiento de aguas residuales y 4 plantas comunitarias.



Foto 2.40 Servicios públicos

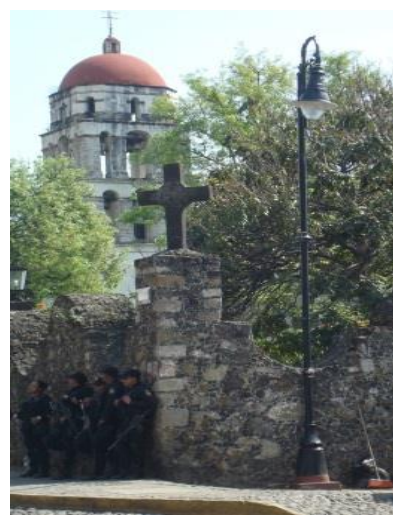


Foto 2.41 Seguridad

2.9 Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano).

Malinalco es un destino que tiene muy poco tiempo en el Programa Pueblos Mágicos (noviembre 2010), por lo que aún está en la etapa de Infraestructura, Servicios e Imagen Urbana; entre las principales obras realizadas están: el Mercado Municipal y el Mercado de Artesanías, las fachadas de la zona centro, la señalética dentro del destino y el mejoramiento de banquetas y calles en zona centro.

Actualmente se está instalando el cableado subterráneo y postes en la entrada del segundo arco, Av. Hidalgo y calles aledañas al Exconvento.

El destino está manejado de forma adecuada el paisaje urbano de la zona centro, en las siguientes etapas se buscará ampliar los beneficios a más zonas de la población.



Foto 2.42 Señalética

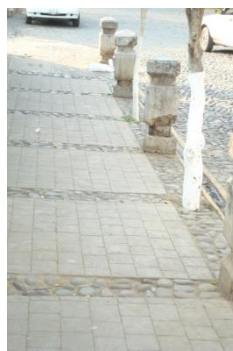


Foto 2.43 Mejoramiento de banquetas

2.10 Protección ambiental y paisajística.

Malinalco tiene en el medio ambiente una de sus fortalezas, pues su clima, vegetación y paisaje son parte del encanto que como destino turístico ofrece al visitante.

La montaña en donde está la Zona Arqueológica de Cuauhtinchan, que es parte del paisaje característico del destino, tiene protección federal a cargo del INAH, además de que ahí nace uno de los principales manantiales de la región.

En los alrededores también hay zonas protegidas como el Parque Estatal Ecológico y Recreativo Tenancingo – Malinalco – Zumpahuacan, con una extensión de 25,625 ha., y el Parque Estatal Nahuatlaca – Matlatzinca con una extensión de 25,778 ha., que abarca

territorio de 6 municipios entre ellos Malinalco; por lo anterior se considera que existen las condiciones para la protección ambiental y paisajística del destino.

2.11 Mercados.

Desde que Malinalco es Pueblo Mágico, ha venido incrementando la afluencia de visitantes y turistas, prueba de ello es que también ha crecido la oferta de hospedaje, de alimentos, bebidas y empresas que ofrecen actividades de naturaleza, aventura y cultura.

A continuación un resumen del Estudio del Perfil del Visitante 2012, realizado por la Dirección de Turismo Municipal:

Origen	Porcentaje
Estado de México	53%
Distrito Federal	33%
Resto de entidades del país	13%
Internacional	1%
Grupo de viaje	Porcentaje
Familias	57%
Individuales	28%
Grupos organizados	15%
Motivo de visita	Porcentaje
Descanso y recreación	54%
Historia y cultura	28%
Religioso	9%
Visita a familiares y amigos	2%
Negocios	1%
Medio de transporte	Porcentaje
Vehículo particular	76%
Transporte público	24%
Hospedaje	Porcentaje
Hoteles y posadas	58%
Familiares y amigos	23%
Casa vacacional	12%
Otros	7%
Alimentos y bebidas	Porcentaje
Restaurantes	66%
Mercado y puestos	27%
Traía alimentos	5%
Otros	2%

Uno de los mercados potenciales que está buscando incrementar el destino, son los Grupos de trabajo, Congresos, Convenciones y Viajes de Incentivo, mismo que ya empiezan a manejar algunos hoteles que cuentan con instalaciones y equipo para este tipo de reuniones, aunque en grupos pequeños.



Foto 2.44 Visitantes camino a la Zona Arqueológica



Foto 2.45 Visitantes en la Plaza Principal

2.12 Promoción y Comunicación.

Malinalco es un destino que no ha tenido la promoción de otros Pueblos Mágicos del Estado de México, como Valle de Bravo y Tepotzotlán.

No se encontraron anuncios espectaculares en carreteras, ni en la parte norte de la zona metropolitana de la Ciudad de México.

La Dirección de Turismo Municipal elaboró un folleto con buena información e imágenes en 2013, también se encontró un folleto de la Secretaría de Turismo del Estado de México con buena información, imágenes y un plano del pueblo bien elaborado y muy útil.

El medio de comunicación en que más promoción se encontró fue en internet, hay varias páginas que presentan información, datos y fotografías del destino, además de las correspondientes a la Secretaría de Turismo del Estado de México y del Municipio, están la Revista México Desconocido, CONACULTA, operadores de actividades y hoteles:

<http://edomexico.turista.com.mx/malinalco-viewarticle-46.html>

<http://www.malinalco.gob.mx/temas/turismo/recorrido-virtual.html>

<http://www.mexicodesconocido.com.mx/malinalco-pueblos-magicos-de-mexico.html>

http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/destino_mes/malinalco/sitios_interes.html

<http://www.malinalcodesconocido.org/>

www.algomasde.com/GRUMUTURA.php

2.13 Comercialización.

En este tema, se realizó una búsqueda en las páginas web de los principales motores de reserva que existen (Price Travel, Best Day, Despegar, Choice Hotels México) y no se encontró ninguna que ofreciera hoteles en Malinalco.

Sin embargo los hoteles de mejor categoría y las empresas operadoras de turismo de aventura, ecoturismo y cultura, que integran varios servicios, si cuentan con páginas que permiten la venta y reservación, por ejemplo:

www.casalimon.com

www.lascupulas.com

www.hotelixcalmalinalco.com

www.casaricher.com

www.maliemociones.com.mx

<http://www.malikualli.com/complejo-ecoturistico/inicio>

www.algomasde.com

Además varios hoteles y posadas utilizan la venta directa y tienen un importante canal en las recomendaciones de familiares, amigos, y la folletería en los módulos de información turística.

Los restaurantes generalmente realizan la venta directa y se promocionan a partir de recomendaciones y algunos con folletería en los módulos de información turística.

También las empresas de actividades de ecoturismo, aventura y cultura, tienen un módulo de información, reservación y venta en la Plaza Principal.



Foto 2.44 Módulo de actividades de aventura y ecoturismo

2.14 TIC's disponibles y utilizadas.

Malinalco tiene servicios de telefonía fija, telefonía celular e internet, destaca que hay servicio gratuito en la Plaza Principal.

El internet es usado para promocionar el destino en la página oficial del Municipio www.malinalco.gob.mx

3.-Meteppec, Estado de México



El Pueblo Mágico de Metepec⁶ está ubicado en el Valle de Toluca, sus límites son: al oriente con los municipios de San Mateo Atenco y Santiago Tianguistenco; al poniente y al norte con el municipio de Toluca; al sur con los municipios de Chapultepec, Mexicaltzingo y Calimaya. Esta incorporado en la Región XIII de Toluca. Esta localidad forma parte de la oferta turística que ofrece el Estado con su nombramiento desde el 14 de septiembre de 2012⁷, principalmente, por los árboles de la vida, elaborados con barro y que representan la mezcla de dos culturas. Metepec cuenta con diversos atractivos arquitectónicos, tales como, la Iglesia de San Juan Bautista y la Iglesia del Calvario; otra alternativa es el corredor artesanal, donde se elaboran y exhiben piezas de alfarería y, objetos decorativos como los Árboles de la Vida y las Arcas de Noé.

3.1 Perfil socioeconómico del municipio y en especial del papel del turismo en su sistema económico y social

- **Localización**

El municipio de Metepec se encuentra ubicado geográficamente en las coordenadas 19°15' 14" al norte, 19°12' 53" al sur, al este 99°30' 45", al oeste 99°36' 17". Colinda al norte y al oeste con Toluca, al sur con Calimaya,

Mexicaltzingo y Chapultepec y al este con Santiago Tianguistenco y San Mateo Atenco.

Cuenta con una extensión territorial de 67.46 kilómetros cuadrados, que equivale al 0.32% del territorio estatal.

El Pueblo Mágico de Metepec está ubicado en el Valle de Toluca a una distancia de 6km de la capital mexiquense. Sus límites son al oriente con los municipios de San Mateo Atenco y Santiago Tianguistenco; al poniente y al norte con el municipio de Toluca; al sur con los municipios de Cahpultepec, Mexicaltzingo y Calimaya. Tiene una altitud de 2,670 metros sobre el nivel del mar.

⁶ Revista *México Desconocido*. "Metepec: La población del árbol de la vida". Disponible en línea: <http://www.mexicodesconocido.com.mx/metepec-pueblos-magicos-de-mexico.html>

⁷ Secretaría de Turismo. Boletín Informativo 184/2012. Disponible en línea: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_184

El municipio cuenta con una extensión territorial de 70.43km². Los terrenos que componen el municipio son planos. La única alteración en la planicie corresponde al cerro de Metepec, cuya altura aproximada es de sesenta metros sobre el nivel de la cabecera. Existe una línea de continuidad y similitud bastante definida entre los elementos geológicos que componen las serranías de las Cruces y el Nevado; y consecuentemente, al breve sistema de cerros de los alrededores de Toluca, entre las cuales está considerado el de Metepec.

La localización de Metepec dentro del Valle de Toluca, por su altitud, sus características orográficas e hidrográficas, dan por consecuencia la formación de un clima templado en primavera; templado húmedo con lluvias en verano: semifrío con ligeras lluvias en otoño y frío en invierno. La temperatura media fluctúa entre los 14° centígrados, la máxima entre los 28°C y la mínima entre los 3.5°C. La temporada de heladas de invierno en ocasiones se prolonga los meses de marzo y abril.

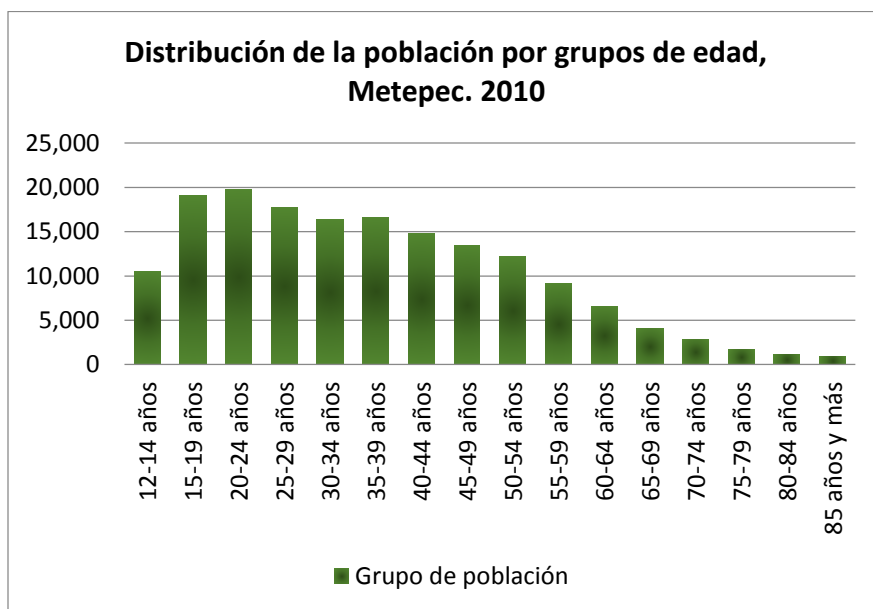
- ***Población***

De acuerdo con los Censos y Conteos de Población y Vivienda del INEGI, en 2010 contaba con una población 214,162 habitantes.

A continuación se presenta la composición de la población mayor de 12 años por sexo y grupo de edad, así como su distribución por quinquenios de edad.

Composición de la población por sexo y grupos quinquenales de edad, Metepec. 2010			
	Total	Hombres	Mujeres
	167,027	47%	53%
12-14 años	10,539	51%	49%
15-19 años	19,133	50%	50%
20-24 años	19,767	49%	51%
25-29 años	17,736	47%	53%
30-34 años	16,333	46%	54%
35-39 años	16,647	46%	54%
40-44 años	14,792	46%	54%
45-49 años	13,453	46%	54%
50-54 años	12,187	46%	54%
55-59 años	9,175	47%	53%
60-64 años	6,580	47%	53%
65-69 años	4,086	50%	50%
70-74 años	2,882	44%	56%
75-79 años	1,714	43%	57%
80-84 años	1,128	40%	60%
85 años y más	875	35%	65%

Fuente: Censos de Población y Vivienda del INEGI, 2010.



Fuente: Censos de Población y Vivienda del INEGI, 2010.

Del total de la población que habita en el municipio, el 43% forma parte de la Población Económicamente Activa (PEA). Según datos del INEGI, las edades de trabajo de los

habitantes de Metepec son de los 15 años hasta los 85 años de edad, siendo el quinquenio más poblado el correspondiente al que va de los 25 a los 29 años, ya que representa el 14% de la PEA.

Condición de actividad económica					
Total		Población económicamente activa			
		Ocupada		Desocupada	
		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Total	91,700	87,780		3,920	
15-19 años	3,453	64%	36%	77%	23%
20-24 años	10,193	60%	40%	60%	40%
25-29 años	13,278	57%	43%	62%	38%
30-34 años	12,390	59%	41%	67%	33%
35-39 años	12,429	60%	40%	71%	29%
40-44 años	11,077	59%	41%	70%	30%
45-49 años	9,861	60%	40%	80%	20%
50-54 años	8,209	63%	37%	81%	19%
55-59 años	5,447	68%	32%	87%	13%
60-64 años	2,825	72%	28%	92%	8%
65-69 años	1,282	76%	24%	98%	2%
70-74 años	634	74%	26%	92%	8%
75-79 años	296	75%	25%	100%	0%
80-84 años	124	71%	29%	100%	0%
85 años y más	71	70%	30%	100%	0%

Fuente: Censos de Población y Vivienda del INEGI, 2010.

La población que vive en Metepec tiene un grado de rezago social muy bajo, de acuerdo a las estimaciones del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), este índice muestra la exclusión de los patrones de vida ordinarios de los habitantes e incluye las necesidades básicas. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentran, la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 1.84%; la población sin derecho a servicios de salud ha disminuido al haber pasado de 38.28% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra el 29.03% de la población carece de este servicio. El porcentaje de viviendas con piso de tierra ha disminuido 0.97% en un periodo de 10 años (2000 – 2010). Otras consideraciones de las

condiciones de la vivienda que se toman en cuenta son: si no cuentan con excusado o sanitario, para Metepec el 1.10% no cuentan con este servicio; los hogares que no disponen de agua entubada representan el 2.65%.

Por otro lado, el grado de marginación representa el impacto de las carencias por la falta de acceso a la educación, residencias inadecuadas y privación de bienes en la población. Dentro de estos indicadores se encuentra el porcentaje de ocupantes sin energía eléctrica que para el año 2010 sólo comprende el 0.27%; las viviendas con algún nivel de hacinamiento representa el 21.80%.

- ***Recursos naturales***

La superficie sobre la que se encuentra el municipio de Metepec es plana, la única alteración que tiene es la correspondiente al Cerro de Metepec que tiene 60 metros sobre el nivel de la cabecera.

Debido a su localización y su característica orográfica tiene un clima templado en primavera, templado húmedo con lluvias en verano y semifrío en otoño e invierno.

- ***Infraestructura***

La conectividad de Metepec se define a nivel regional con el sistema que conecta a la Zona Metropolitana de Toluca. Constituido por el sistema carretero de la autopista México-Toluca, al Sur la Carretera Toluca-Metepec-Tenango; al norte la carretera Toluca-Atlacomulco-Morelia-Guadalajara y el libramiento norponiente que comunica Lerma-Zitácuaro; al poniente la carretera Toluca-Amanalco de Becerra-Valle de Bravo y la carretera Toluca- Temascaltepec; y al nororiente la carretera libre Toluca-Naucalpan. Y, la construcción de la carretera Lerma-Tres Marías que comunicará el sur del Estado de México con el Valle de Toluca, que cruza el oriente de Metepec y permitirá la conexión con el Libramiento norponiente, mencionado.

- ***Actividades económicas***

- II. Las unidades que se dedican al comercio por menor se relacionan con el comercio de alimentos ya preparados, así como de dulces regionales. Los servicios de apoyo a los negocios incluye la organización de viajes, promoción de lugares con la infraestructura para realizar convenciones, congresos, seminarios, y servicio de intercambio de tiempos compartidos. En Metepec, de acuerdo al censo económico 2009, existen unidades económicas que se dedican, a diferencia de El Oro y Malinalco, a la asesoría, planeación y organización de los itinerarios de viajes, las agencias de viajes incluyen toda la programación en restaurantes, hoteles y transporte. Los servicios de entretenimiento a los que hace referencia son instalaciones para la práctica de deportes, y guías de turismo que trabajan por cuenta propia. Y, las unidades con servicios de alojamiento temporal en hoteles, cabañas, villas, tiempos compartidos, *bungalows* y similares, que adicional a los servicios de hotelería (limpieza general, cambio de ropa de cama y toallas) agrega servicios de restaurante, bar, spa de belleza, campo de golf, etc.. Incluye, también, establecimientos para el consumo de alimentos y bebidas, y lugares para el consumo de bebidas alcohólicas.

III.

Código	Actividad Económica	Unidades económicas	Personal ocupado total
31	- 33 industrias manufactureras	900	3163
313	Fabricación de insumos textiles y acabado de textiles	*	5
46	Comercio al por menor	3487	14731
461	Comercio al por menor de abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco	1652	3319
4611	Comercio al por menor de abarrotes y alimentos	1630	3259
461190	Comercio al por menor de otros alimentos	54	203
465215	Comercio al por menor de artículos y aparatos deportivos	*	34
48	- 49 transportes, correos y almacenamiento	*	441
56	Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	226	3446
561	Servicios de apoyo a los negocios	*	3439
5615	Agencias de viajes y servicios de reservaciones	*	60
56151	Agencias de viajes	*	40
56152	Organización de excursiones y paquetes turísticos para agencias de viajes	*	20
561520	Organización de excursiones y paquetes turísticos para agencias de viajes	*	20
61163	Escuelas de idiomas	11	133
71	Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	85	1004
711	Servicios artísticos, culturales y deportivos, y otros servicios relacionados	*	8
7111	Compañías y grupos de espectáculos artísticos y culturales	*	5
7121	Museos, sitios históricos, zoológicos y similares	*	3
71211	Museos	*	3
713	Servicios de entretenimiento en instalaciones recreativas y otros servicios recreativos	80	993
72	Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	823	5123
721	Servicios de alojamiento temporal	14	641
7211	Hoteles, moteles y similares	*	640
7213	Pensiones y casas de huéspedes, y departamentos y casas amueblados con servicios de hotelería	*	1
722	Servicios de preparación de alimentos y bebidas	809	4482

7221	Restaurantes con servicio completo	36	1641
72211	Restaurantes con servicio completo	36	1641
7222	Restaurantes de autoservicio, comida para llevar y otros restaurantes con servicio limitado	741	2663
7224	Centros nocturnos, bares, cantinas y similares	*	127

Fuente: Censo Económico 2009, INEGI. Confidencialidad de los datos proporcionados con fines estadísticos la columna unidades económicas se encuentra inhibida en varios renglones, mostrando un asterisco (*).

3.2. Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos.

Se trata de identificar los posibles recursos a incorporar a la oferta turística del municipio (considerando también los de su zona de influencia) en función de los diversos productos o segmentos turísticos (sol y playa, turismo urbano, reuniones, turismo de aventura, etc.) y atendiendo a su capacidad de atracción, accesibilidad y capacidad de carga.

- Cosmovisión, Naturaleza y Cultura son la esencia viva del alma que mantiene y entrega Metepec a sus pobladores y visitantes en cada historia, en cada leyenda, en cada artesanía y en cada paisaje, y que pudiéramos concebirlos de la siguiente manera:
- Cosmovisión por que la sabiduría de sus primeros habitantes vieron en el llamado Cerro de los Magueyes un Tlaloque, un Ente Divino, un lugar de fuerza mágica y poder con el cual podían conectarse a los niveles celestiales y el inframundo para ofrendar, pedir y agradecer, con lo que coincidieron establecer ahí sus principales vínculos religiosos, políticos y comerciales, prueba de ello quedo artísticamente plasmada en la Lamina Trece de la Matrícula Mexica de Tributos, donde entre otros señoríos tributarios de Tenochtitlán aparece el símbolo del cerro sobre una vuela de tezontle y coronado por una gran maguey; por tal razón solo los grandes personajes de la actividad social, solo los merecedores a tal honor reposaron sus restos mortuorios en la cima del mismo, cada uno como guardián de su rumbo cósmico correspondiente, con lo que hoy en día se considera como un Sitio de Resguardo Arqueológico, así mismo y en los lugares más inesperados del territorio de Metepec se puede encontrar un legado de nuestros abuelos teotihuacanos, mexicas, matlatzincas, otomís, y mazahuas.

- Naturaleza, porque la zona lacustre del Valle de Toluca permitió que Metepec se beneficiara con tierras ricas y generosas, cobijadas por la laguna de Chicnahupán que hasta los años sesentas permitía la comunicación con Almoloya, Lerma y San Mateo Atenco, y que diera origen en el imaginativo colectivo a la mítica leyenda de la Tlanchana, generosa y a veces temible representación femenina de los lagos, ríos y lagunas, y que aún se le rinde honor en las Sirenas Artesanales que adornan los talleres de los alfareros, las casas y la plaza principal del pueblo, recordando el antiguo respeto al medio ambiente y al mestizaje cultural.

Estas nobles condiciones naturales permitieron la intensa vida agrícola del lugar que desde tiempos remotos heredaron las construcciones de ranchos haciendas de los grandes portones que dan las calles y los antiguos caminos sacacosechas que traen en la nostalgia de sus paisajes y fachadas los tiempos cuando Metepec era el principal granero de la región, y que testigos de ello son el Torreón de Monte Alto, el antiguo casco del Rancho de la Virgen, del Rancho de Guadalupe y del Rancho Amozoc, así como el festivo Paseo de la Agricultura donde cuadrillas y mojigangas, tractores y yuntas engalanan las principales calles de la cabecera municipal y de los diferentes pueblos aledaños.

Las condiciones generosas de la naturaleza que se manifiestan en el clima, geología y ubicación geográfica del lugar, han permitido contar con grandes extensiones verdes que sirven de recreación de los que viven y visitan Metepec. Se cuenta con 21 hectáreas del majestuoso Cerro de los Magueyes decretado como Parque municipal en 1988, al Parque La Providencia ubicado en los límites del municipio, el Parque La Pila ubicado donde existieron los más claros y cristalinos ojos de agua de la zona que servían de centro de reunión y aseo de las mujeres de la población, y recientemente el Parque Bicentenario con aproximadamente 100 hectáreas de zona boscosa, espejo de agua, trota pista entre otros servicios que permiten el esparcimiento.

Cultura porque los elementos anteriores, cosmovisión y naturaleza, han dado nacimiento a un rico acervo tangible e intangible que conforma el patrimonio y la identidad municipal.

Por ejemplo; las voces de la historia y la leyenda nos dicen del tránsito del Padre de la Patria, el cura Miguel Hidalgo y Costilla por tierra metepequense antes de la batalla del Monte de las Cruces, así llegan a nuestros días los ecos de que el 29 de octubre de 1810 los insurgentes pasaron por el Camino Real a Metepec e hicieron parada en la Iglesia de San Sebastián; asimismo, la distinción más grande de la historia permitió a Metepec fue ser en 1848 capital estatal durante la invasión estadounidense, y no podemos dejar de mencionar la participación de la oriunda banda de los Plateros, encabezados por Abraham Platas, en la defensa del territorio ante la invasión francesa.

De igual forma la tradición oral nos habla de las leyendas del Cerro de los Magueyes como la de la Cueva del diablo y la del Encanto, y los diversos eventos y festividades de sus 6 barrios y sus 11 pueblos que a lo largo del año dan algarabía y vida a la población, y que nos recuerdan la fe, la hospitalidad y alegría de su gente, como muestra encontramos la fiesta del Calvario o de la Virgen de los Dolores en octubre, del mismo mes el Festival Cultural Quimera, La Feria de San Isidro y el Paseo de la Agricultura en mayo, la celebración de Semana Santa, el Carnaval del Tepeyac en febrero y el Ritual del Fuego Nuevo en marzo.

El patrimonio cultural de Metepec estaría incompleto sin su artesanía que encuentra pareja en el barro, en el vidrio soplado, en el papel picado, en la mayólica y la talabartería entre otros, que ha permitido que turistas y visitantes se lleven un poco de la magia de este pueblo a sus lugares, que sus habitantes adornen sus casas y que el Árbol de la Vida como su símbolo sea considerado el anfitrión y embajador en el estado, en el país y en el mundo.

Asimismo las actuales generaciones que viven y visitan Metepec, han sido beneficiadas con la actividad comercial y nocturna que brindan las plazas que van desde las pequeñas como Plaza el Corral y Santa Cecilia en el centro hasta las grandes como Plaza Galerías y Pabellón Metepec localizadas en la Vialidad Toluca-Tenango.

Fichas de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Cerro de los Magueyes y templo del Calvario	UTM:	X: 436387.4523630044 Y:2128624.4604412704 zona 14		
Vía de acceso:	Calle empedrada	Tipo de atractivo:	Área natural, mirador, templo religioso		
Cómo llegar:	Se transita por la carretera 55 Toluca Tenango, hasta el cruce con la avenida Estado de México donde se toma con dirección hacia avenida tecnológico y a 600 metros se encuentra el cerro de los Magueyes.	Señalética:	Hay señalética bien ubicada, visible y responde al diseño relacionado con el programa pueblos con encanto; hay planes para renovarla.		
		Tipo de acceso:	Gratuito	Tiempo de recorrido:	2 horas.
		Dirección :	Av. Estado de México s/n, C.P. 52140		
Descripción del atractivo:	Este cerro cuenta con una extensión de 211,772 metros cuadrados, con una capilla en la parte alta del cerro a la cual se accede mediante una escalinata donde se instalan nacimientos y ofrendas monumentales. En el Cerro existen dos iglesias, pero el referente obligado es la capilla del Tepeyac, en honor a la Virgen María				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Sede del festival Quimera Metepec, recinto para ofrendas y nacimientos monumentales es una zona de recreación donde la gente hace ejercicio o solamente pasea y admira la hermosa vista que ofrece desde la altura.				
Observaciones:	Es observable la basura fuera de la capilla que se encuentra en la parte superior, el estado de conservación es bueno, existen leyendas referentes al cerro como: la cueva del diablo. Se está construyendo un teatro al aire libre.				
Actividades turísticamente posibles:	Actividades culturales, recorridos de interpretación ambiental, observación sideral y actividades recreativas infantiles				
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento de turismo cultural y religioso, de todas las edades				

Fuente: elaboración propia.



Foto.3.1 Cerro de los Magueyes y Templo del Calvario, Metepec.



Foto 3.2 Interior del Templo el Calvario, Metepec



Foto. 3.3 Interior del Templo el Calvario, Metepec

Ficha de identificación de recursos y atractivos				
Nombre con el que se identifica:	Parroquia San Juan Bautista Ex Convento Franciscano	UTM:	X= 436591.18234223523 Y=2128669.4532820447 Zona= 14	
Vía de acceso:	Calle empedrada de reciente remozamiento	Tipo de atractivo:	Ex Convento Franciscano	
Cómo llegar:	Se transita por la carretera 55 Toluca Tenango, hasta el cruce con la avenida Estado de México donde se toma con dirección hacia avenida tecnológico hasta topar con el Ex convento de San Juan Bautista.	Señalética externa:	Hay señalética bien ubicada, visible y responde al diseño relacionado con el programa pueblos con encanto; hay planes para renovarla.	
		Tipo de acceso	Gratuito	Tiempo de recorrido 45 minutos
Descripción del atractivo:	Ex-convento franciscano que data del siglo XVI, cuenta con pinturas al fresco en muros, bóvedas, arcos y columnas del claustro. Lo forman el atrio, la iglesia, el convento y la casa del diezmo. La manufactura indígena fusionada con el arte barroco. En su interior se destaca su altar principal, ocupado por un excelente retablo de estilo neoclásico. Una triple arcada da acceso a este gran conjunto.			
Actividades que se realizan en el atractivo:	Sede del festival Quimera Metepec. Fiesta patronal el 15 de mayo.			
Observaciones:	Se observa deterioro en el claustro y atrio, no se le da uso turístico, sin embargo puede ser turísticamente aprovechable, fue declarado Monumento Nacional el 6 de septiembre de 1934.			
Actividades turísticamente posibles:	Generar una experiencia a través de un recorrido temático interactivo en donde se rescate la cultura. Realizar eventos culturales periódicamente.			
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento cultural religioso de todas las edades.			

Fuente: elaboración propia



Foto3.4 Parroquia San Juan Bautista y Exconvento Franciscano



Foto. 4.5 Frescos en el interior del Ex convento franciscano, Metepec



Foto.3.6 Arcos del Ex convento franciscano, Metepec.

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Festival Quimera Metepec	Altura (msnm):	2610	UTM:	No aplica
Vía de acceso:	Todas la sedes se encuentran dentro del municipio y las vías de acceso son pavimentadas	Tipo de atractivo:	Festival Cultural		
Cómo llegar:	Plaza Benito Juárez. Museo del Barro., Barrio de Santiaguito. Ex Recinto Ferial y Museo de Arte Contemporáneo de Metepec. Parroquia de San Juan Bautista Iglesia y escalinatas del Calvario. Mercado Artesanal. Miguel Hidalgo y Moctezuma, Parque Providencia. Galería María Clavel.	Señalética externa:	Cada edición del festival se diseñan carteles que indican las sedes, así como el programa.		
		Señalética interna:	En el interior de cada sede se colocan carteles con el programa del evento.		
		Tipo de acceso	Gratuito	Duración:	Aproximadamente 10 días iniciando la segunda semana de Octubre
		Dirección :			Depende de la sede.
Descripción del evento:	Festival cultural se realizó por primera vez en 1991, con la idea de abrir espacios donde convergen espectáculos de todas las disciplinas artísticas El Festival Internacional de Arte y Cultura Quimera, ha hecho confluir el esfuerzo de autoridades municipales, creadores, artistas y promotores de la localidad para el diseño de sus programas y la adecuada realización de cada una de las actividades. Algunos de los países que ha participado en este evento son: Italia, Cuba, Pakistán, Irán, Chile España, Haití, Japón, por mencionar algunos.				
Actividades que se realizan en el evento:	Danza, Música, Teatro, Artes Plásticas, Literatura, eventos infantiles , cine y gastronomía				
Observaciones:	Es el evento que genera mayor afluencia de visitantes a Metepec y se ha detectado que los recintos han sido insuficientes para la dicha afluencia, principalmente en los eventos realizados en la Plaza Benito Juárez.				
Actividades turísticamente posibles:					
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento de turismo cultural, de todas las edades.				

Fuente: Elaboración propia.



Foto3.7 Cartel del festival Quimera 2013, Metepec.



Foto.3.8 Autoridades que participan en el Festival Quimera 2013, Metepec



Foto. 3.9 Evento artístico Festival Quimera 2013 Metepec

Ficha de identificación de recursos y atractivos			
Nombre con el que se identifica:	Árbol de la vida	UTM:	No aplica
Vía de acceso:	No aplica	Tipo de atractivo:	Artesanía
Cómo llegar:	No aplica	Señalética externa:	Existen cédulas de información sobre la artesanía cerca del cerro de los magueyes, cerca del cerro de los Magueyes.
Descripción del atractivo:	Es la principal artesanía de Metepec, pieza fabricada de barro y de manera artesanal, las imágenes que se plasman en ella, se usaron originalmente durante el periodo colonial para enseñar la historia de la creación, según la biblia a los indígenas de la región. El árbol de la vida cuenta con denominación de origen.		
Actividades que se realizan en el atractivo:	Venta de la artesanía y Concurso Nacional de Alfarería y Cerámica "Árbol de la Vida", que se realiza cada año.		
Observaciones:	La falta de apoyo a la actividad artesanal ha provocado que la tradición alfarera se pierda.		
Actividades turísticamente posibles:	Posicionarlo como un elemento central del destino.		

Fuente: Elaboración propia



Foto.3.10 Artesanía “El Árbol de la vida”, Metepec.



Foto. 2.11 Artesanos de Metepec



Foto 2.12 Decoración del “Árbol de la vida”

Identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Feria San Isidro Metepec	UTM:	X= 439541.5838186726 Y =2128579.3323324355 Zona= 14		
Vía de acceso:	Carretera estatal pavimentada	Tipo de atractivo:	Feria		
Cómo llegar:	Desde la carretera México Toluca se ingresa al paseo Tollocan, donde se dará vuelta a la izquierda sobre la avenida Tecnológico, se sigue por esa vialidad hasta llegar a la avenida estado de México donde se gira a la izquierda y a 200 metros se encuentra el recinto ferial San Isidro Metepec	Señalética externa:	No hay señalética, pero cada edición, colocan anuncios espectaculares con publicidad de la feria que da indicaciones de cómo llegar. Programas de los eventos de la feria, mapas de ubicación de los atractivos		
		Tipo de ingreso:	\$50.00 varia	Duración de la feria:	2ª. Y 3ª. Semana de mayo
		Dirección :	Avenida Estado de México s/n, Metepec Estado de México		
Descripción del atractivo:	Se trata de una feria en la cual se encuentra una zona comercial y de artesanías, zona de juegos mecánicos, teatro del pueblo, centro de espectáculos (antes palenque), zona de alimentos y bebidas, se lleva a cabo la segunda y tercera semana del mes de mayo y encuentra sentido en las celebración del santo patrono del ex convento ubicado en Metepec, San Isidro Labrador.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Venta de artesanías, productos agrícolas, alimentos y bebidas; exposición ganadera, circo, juegos mecánicos, teatro del pueblo, centro de espectáculos y pista de hielo en su última edición				
Observaciones:	Según apreciaciones locales, el mayor éxito de la feria San Isidro es la venta de alcohol. A pesar de su realización y su elevada afluencia de visitantes, la feria no representa problema mayor en cuestión de tráfico vehicular, ya que se ubica en la orilla dela ciudad y cuenta con amplio estacionamiento.				
Actividades turísticamente posibles:	Invitación a los visitantes a conocer la feria				
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento turístico cultural, de todas las edades				

Fuente: Elaboración propia



Foto 3.13 Conferencia de prensa de autoridades, Feria San Isidro 2013, Metepec



Foto 3.14 Croquis de las instalaciones de la Feria San Isidro, 2013, Metepec



Foto 3.15 Cartel de la Feria de San Isidro 2013, Metepec

Ficha de identificación de recursos y atractivos				
Nombre con el que se identifica:	Mercado de artesanías	UTM:	x: 436406.3790170534 Y: 2129079.748200797 Zona: 14	
Vía de acceso:	Calle empedrada	Tipo de atractivo:	Mercado	
Cómo llegar:	Desde la Plaza Juárez se circula por la calle 5 de mayo hasta la calle Ignacio Allende, en la que se gira a la izquierda y en la esquina con la calle Hidalgo está el Mercado Artesanal.	Señalética exterior:	Hay señalética bien ubicada, visible y responde al diseño relacionado con el programa pueblos con encanto; hay planes para renovarla.	
		Tipo de ingreso	Gratuito	Duración del recorrido: 1 hora 30 minutos.
Descripción del atractivo:	Espacio comercial, donde se han reunido algunos de los talleres artesanales familiares, en este, se puede encontrar locales de artesanías oriundas de Metepec. El mercado cuenta con áreas de comida y verdes para poder caminar.			
Actividades que se realizan en el atractivo:	Venta de artesanías, alimentos y bebidas.			
Observaciones:	No se le ha dado difusión suficiente, por lo que la afluencia de turistas es poca. A la entrada del mercado hay establecimientos de comida, dando la apariencia de que el mercado no es de venta de artesanías.			
Actividades turísticamente posibles:	Actividades recreativas y culturales los fines de semana, para lograr una permanencia más larga de los visitantes en el mercado			
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento cultural, motivado por la compra de artesanías, de todas las edades.			

Fuente: elaboración propia



Foto: 3.16 Fachada del mercado artesanal, Metepec



Foto 3.17 Interior del mercado artesanal, Metepec



Foto 3.18 Venta de artesanía en el mercado artesanal Metepec

Ficha de identificación de recursos y atractivos			
Nombre con el que se identifica:	Museo del Barro	UTM:	X= 436728.5254765014 Y= 2128633.6773660905 Zona= 14
Vía de acceso:	Calle empedrada	Tipo de atractivo:	Museo
Cómo llegar:	Desde el centro de Metepec se circula por la calle miguel hidalgo, se gira a la izquierda por la avenida Estado de México, en el número 10 de esa vialidad se ubica el museo del barro.	Señalética	Hay señalética bien ubicada, visible y responde al diseño relacionado con el programa pueblos con encanto; hay planes para renovarla.
Descripción del atractivo:	Se trata de un museo enfocado a la producción artesanal de piezas de barro , su colección está conformada principalmente por obras realizadas por maestros artesanos de la localidad y han sido ganadoras de diferentes concursos nacionales, este se localiza en las instalaciones de la antigua casa de cultura, a la cual, en el año 2012 con inversión gubernamental se le transformo en el actual museo del barro, cuenta con un auditorio para 350 personas, salas permanentes y una sala de exposiciones temporales.		
Actividades que se realizan en el atractivo:	Talleres infantiles, exposiciones temporales, visitas guiadas, presentaciones de libros, obras de teatro		
Observaciones:	Museo de reciente apertura, alberga la escuela de artes municipal, instalaciones en excelente estado de conservación		
Actividades turísticamente posibles:	Talleres artesanales, conciertos, obras de teatro, presentaciones de cine, eventos relacionados con la artesanía (ejemplo: encuentro nacional de artesanos)		
Segmento turístico	Dirigido a un segmento de turismo cultural, de todas las edades.		

Fuente: elaboración propi



Foto 2.19 Museo del Barro, Metepec



Foto 2.20 Maqueta en Barro de la Parroquia San Juan Bautista
En el Museo del Barro, Metepec.



Foto 2.21 Interior del Museo del Barro, Metepec.

Se puede concluir que Metepec vive tiempos de cambio y progreso, momentos de adaptación entre lo tradicional y lo moderno, por lo que sigue hallando la fusión de culturas, costumbres y tecnologías.

3.3 Evaluación de la oferta de hospedaje.

Dentro del primer cuadro solo se encuentran dos hoteles, uno de ellos se encuentra en óptimas condiciones para atender las necesidades de los turistas que visitan Metepec, su porcentaje de ocupación los fines de semana, días de mayor afluencia de visitantes es de aproximadamente de un 70%, debido a que Metepec es un destino de paso. Y con respecto al segundo hotel, las condiciones en las que se encuentra no son adecuadas para recibir turistas. En total tienen una oferta de 64 habitaciones y es la siguiente:

Nombre	Teléfono	Dirección
Biohotel	(722)2323766	Av. 5 de mayo , No. 109, Barrio del Espíritu Santo
Hotel Sam Sam	(722)2350593	Calle Igancio Allende, No. 49.

3.4 Especificación de la oferta complementaria.

El municipio de Metepec ha realizado esfuerzos para fortalecer la oferta de las pymes a través del programa, Crédito para emprendedores, micro y pequeña empresa de Metepec (CEMPRENDEM), en el cual se apoya a los micro y pequeños empresarios del municipio con un apoyo de \$3000.00 con el propósito de contribuir en su desarrollo integral, por otro lado, se realiza el concurso de emprendedores que pretende incentivar el espíritu emprendedor de los metepequenses; para certificar sus establecimientos con el programa moderniza, se dieron capacitaciones para fortalecer su oferta turística.

▪ ***Oferta gastronómica***

La oferta gastronómica de Metepec es su mayor fortaleza en cuanto a servicios turísticos se refiere, en el primer cuadro de la ciudad, que es lo que se considera “Pueblo Mágico” se concentra una variedad importante de establecimientos de alimentos y bebidas que responden a diferentes segmentos de mercado gastronómico.

La Subdirección de fomento turístico, tiene registrada la siguiente oferta: 19 cocinas económicas, 123 restaurantes y 31 bares.

Metepec cuenta con un mercado gastronómico que se ha destinado para ofertar una gran variedad antojitos mexicanos como pambazos, quesadillas tamales, atole, postres, por mencionar algunos; en el centro de dicho mercado se han colocado mesas con bancos para que la gente pueda disfrutar de sus alimentos. El lugar no se observa limpio ni ordenado Es común encontrar en sus calles restaurantes y puestos que vendan barbacoa y carnitas.

La bebida típica de Metepec, es “la garañona”, bebida alcohólica hecha a base de hierbas.

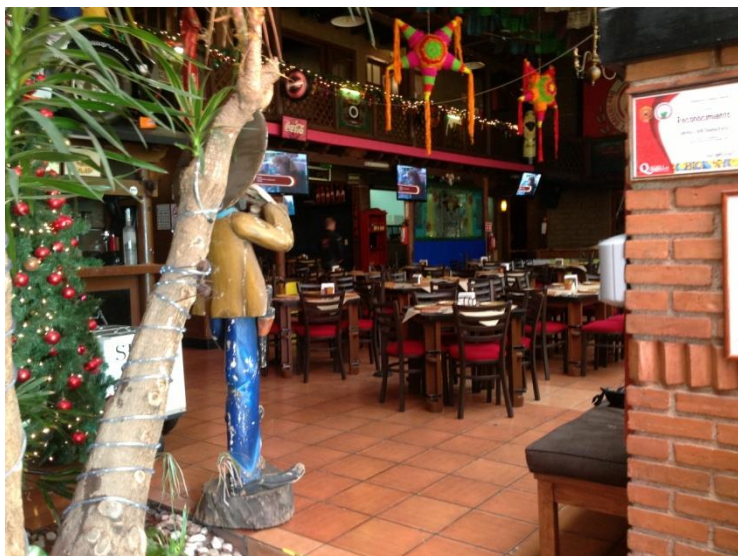


Foto. 2.22 Restaurante la Chucha Pérez, Metepec

Se realizó una visita aleatoria a los restaurantes del primer cuadro de Metepec y se pudo observar que el 70% de estos cuentan con Distintivo M y Punto Limpio.

- **Agencias de viajes receptoras**

Metepec, en su zona centro, cuenta con 5 agencias de viajes que se dedican al mercado emisor, pero ninguna de estas, es una agencia receptiva, que pueda ofrecer productos turísticos a los visitantes, por lo que esas funciones actualmente las realiza, la subdirección de fomento turístico.

- **Oficinas de información**

El municipio ha construido un módulo de información turística bajo el cerro de los magueyes, pero a la fecha no hay una persona que brinde el servicio y actualmente se brinda información turística en las oficinas de la subdirección de turismo. Se cuenta con folletería de los atractivos, artesanos e iglesias disponibles en el destino.

Organizaciones de la sociedad civil hacen esfuerzos para vender servicios de orientación turística sin tener resultados concretos.



Foto 2.23 Módulo de información turística, fuera de servicio, Metepec.

- **Guías turísticos**

No se cuenta con servicios profesionales de guía, es personal del ayuntamiento el que se encarga de dar los recorridos, sin tener mucho éxito, por lo que la subdirección de

fomento turístico está buscando la inversión privada para capacitar a este personal y cubrir el servicio.

- ***Empresas de servicios de turismo especializado (cultural, reuniones, aventura, termalismo, etc.)***

La especialización del turismo está centrada en la venta de artesanías, para ello se cuenta con un registro de 300 talleres familiares de artesanos con posibilidad de visitarlos.

- ***Servicios de transporte turístico***

Para desplazarse dentro de Metepec no hay un transporte turístico formal, sin embargo se cuenta con la red urbana de transporte público, integrado por camiones de pasajeros y taxis.

Existe un recorrido turístico en tren, con una duración de aproximadamente 45 minutos, por las calles y principales sitios de interés turístico del primer cuadro de Metepec, el costo es de \$20.00 pesos, no cuentan con un horario fijo y durante el recorrido no se da ninguna explicación, tiene fallas técnicas, es incómodo y no cuentan con una logística para ofrecer el servicio.

Se identifica problemática vial en la calle Paseo San Isidro, por donde transitan la mayoría de los camiones urbanos de transporte público.



Foto. 2.24 Tren turístico de Metepec

- ***Oferta comercial susceptible de interés turístico (shopping)***

Las artesanías son la principal atracción de Metepec y la mayoría de los visitantes llegan al destino en busca de estas, su venta se realiza principalmente, en dos zonas del pueblo mágico, la primera y la más visitada es el llamado “corredor artesanal” de la calle Ignacio Comonfort, donde se ofrecen artesanías de técnicas variadas, algunas realizadas en Metepec y muchas otras son traídas de diferentes regiones, generando un impacto negativo a la tradición artesanal del destino, el segundo punto más importante de Metepec es el “Mercado de artesanías” ubicado en la esquina de las calles Hidalgo y Allende, donde aproximadamente el 90% de las artesanías que ahí se comercian son de barro y originales de la localidad, sin embargo, la afluencia de visitantes en esta zona es baja y se atribuye a la falta de organización de los artesanos para la promoción del mercado y el trabajo conjunto con las autoridades municipales.

- ***Artesanías***

Las artesanías son el mayor atractivo del Metepec, se especializa en el trabajo de alfarería, la pieza principal es del “árbol de la vida”, el cual cuenta con denominación de origen, se tienen registrados alrededor de 300 talleres familiares dedicados a la artesanía, posicionándola como la principal actividad del destino.

Otras piezas artesanales típicas de Metepec son las palomas, soles, eclipses, catrinas, jarrones, macetas, cazuelas, cántaros, etc. Los artesanos metepequenses también realizan artesanías de talabartería y vitrales.



Foto. 2.25 Artesanía de barro, Metepec

Los artesanos no se integran a la actividad turística ya que por un lado el ayuntamiento no los incluye en su planeación y por otro lado los artesanos se resisten a formalizarse y atender sus responsabilidades fiscales.

- ***Espectáculos nocturnos, etc.***

En Metepec se realiza anualmente desde 2001 el Festival Quimera Metepec, donde el objetivo principal es el rescate de elementos culturales y artísticos del municipio, durante el festival 2013, se presentaron 371 actividades de 13 países y 13 estados de la República en 42 foros como: obras de teatro, música, danza, literatura, conferencias, exposiciones plásticas, artesanales, fotográficas, gastronómicas y de indumentaria popular. En el marco del festival se realiza una feria del libro y un ciclo de cine.

En la edición del 2013 se registraron a 300 asistentes en asiento para cada uno de los espectáculos.

A demás durante la Feria de San Isidro, que realiza en el mes de mayo en honor al Santo Patrono San Isidro Labrador, se llevan a cabo una serie de conciertos en donde se presentan artistas nacionales.

3.5 Factor Humano.

- ***Actitudes y sensibilidades de la población local con respecto al turismo y a los turistas.***

La visión que tienen los habitantes de Metepec con respecto al turismo es positiva, consideran que es una actividad que puede ser muy beneficiosa para el destino. Pero no han logrado apropiarse de la actividad y carece de cultura turística por lo que la actitud de la población no es hospitalaria y además se sienten inconformes respecto a la afluencia de visitantes ya que los consideran responsables de provocar problemas sociales como el alcoholismo y delincuencia.

- ***Identificación de las necesidades de recursos humanos y de capacitación para los diversos subsectores vinculados al turismo.***

Referente a los recursos humanos que se encargan de operar la actividad turística en el destino, se destaca una deficiencia en la cantidad de prestadores de servicios, funcionarios de gobierno municipal argumentan contar con personal capacitado pero insuficiente, el trabajo de campo hizo evidente la ausencia de guías, DMC's, promotores.

Personas ajenas a la actividad turística que están en contacto directo con los visitantes, como policías y taxistas, no han recibido capacitación referente al trato con los visitantes, dando como resultado servicios con calidad deficiente.

La máxima autoridad municipal es la Subdirección de Fomento Turístico cuenta con personal especializado en materia turística, gastronómica, cultural e histórica del Municipio, no obstante es insuficiente para atender la demanda del destino.

Se identificó una deficiente capacidad para atender a los turistas extranjeros, puesto que el índice de prestadores de servicios que habla alguna lengua extranjera es bajo.

En general se ha detectado que un porcentaje importante de los establecimientos dedicados al turismo sufren una rotación importante de personal, poniendo en riesgo la permanencia y desarrollo de dichas empresas

No cuentan con plan anual de capacitaciones para el personal dedicado al turismo.

3.6 Marco institucional, normativo y asociativo.

La máxima autoridad en cuanto a turismo en el municipio de Metepec es la Subdirección de Fomento Turístico, que depende directamente de la Dirección de Desarrollo Económico; durante la investigación se identificó una deficiencia grave en cuanto a la estructura gubernamental que rige la actividad turística, esta es que, el área de regulación y fomento artesanal no trabaja en la misma área de gobierno que la Subdirección de Turismo, y siendo que las artesanías son el elemento central de la atraktividad de Metepec, el turismo municipal se opera con dificultades debido a la falta de correspondencia en los objetivos de cada una de las dependencias municipales.

Existe la Asociación de Empresarios del Centro de Metepec y Zona Conurbada A.C., que tiene como objetivo principal fortalecer la oferta y mejorar la calidad en el servicio, quien en 2011 desarrolló los siguientes proyectos:

- Programa de Mantenimiento y Seguimiento del Distintivo Moderniza.
- Solución Integral de Estacionamiento y Valet Parking para ACEM.
- Programa de recolección y acopio de residuos sólidos reciclables y contaminantes.
- Estrategia de marketing y media planning institucional de ACEM.
- Pasaporte Metepec (paquete turístico) en tres variantes: a) escolar, b) Valle de Toluca y c) Valle de México.

Y han impulsado el Proyecto del Programa de Mantenimiento y Seguimiento del Distintivo “M”

En el año 2004, se constituyó la Asociación Civil Al Rescate de Nuestro Patrimonio Cultural Metepec, cuyo objetivo es hacer acciones para conservar el arraigo cultural del municipio. En materia de turismo, Metepec, cuenta con los siguientes programas:

- Programa Municipal de Turismo
- Bando Municipal de Metepec , Estado de México 2013

El recurso económico más fuerte para invertir en proyectos turísticos, proviene de la Gobierno Federal.

3.7 Accesibilidad y movilidad.

El mercado emisor más importante de Metepec es el Distrito Federal y la conectividad terrestre se encuentra en remodelación pero está en buenas condiciones por la carretera de cuota México – Toluca; el costo del peaje es de \$ 63.00 y el recorrido total es de 63 km en un tiempo aproximado de 1 hora con 10 minutos.

No se cuenta con una terminal de autobuses propia; es la terminal de Toluca la que suministra del servicio de transportación, no obstante se cuentan con paradas estratégicas que facilitan el acceso a Metepec, como lo es la de Av. Tecnológico y paseo Tollocan para la entrada desde el Distrito Federal y para salir de Metepec hacia el Distrito Federal la que está ubicada en la avenida José María Pino Suarez. Se identifica la necesidad de contar con corridas directas hacia Metepec y viceversa cuando menos para la conectividad con la Ciudad de México.

El acceso en automóvil desde el D.F. se hace por la carretera federal no. 15 México – Toluca; desde el poniente del estado de México se accede por la carretera Toluca – Morelia y Toluca – Ciudad Altamirano con numeración federal 15 y 134 respectivamente, para ingresar por la parte norte y sur se hace por la carretera número 55, en la parte sur la carretera Toluca - Tenango de Arista y por el norte Toluca – Atlacomulco.

3.8 Infraestructuras básicas.

Los servicios públicos en Metepec, son suficientes y de calidad aceptable:

- Luz eléctrica: Está en proceso la instalación del cableado subterráneo en el primer cuadro de la ciudad.
- Agua potable: no se presentan problemas graves de escasez de agua, lo que permite una eficiente operación de la actividad turística. Se brinda el servicio a un 99.93% de la población. Datos del 2010 arrojan que del total de tomas a las que se

brinda el servicio el 92.53% corresponde a uso doméstico, el 7.46% a uso comercial y el restante 0.01% para uso industrial.

- Drenaje: el destino cuenta con una red de drenaje eficiente.
- Recolección de basura: no existe separación de basura, el servicio es periódico, sin embargo se observa basura en las calles, debido a la afluencia turística.
- En cuanto a las calles se realizó cambio de los adoquines del primer cuadro de la ciudad
- Estacionamiento: Existe una carencia de suficientes estacionamientos, provocando que los fines de semana se complicado transitar por las calles de Metepec. Los estacionamientos, tienen tarifas elevadas que van de \$25.00 a \$30.00 pesos
- Baños Públicos: No hay muchos baños públicos, existe carencia de limpieza y el trato de las personas que presentan el servicio no es cordial.

En general la apariencia de la localidad ha mejorado, se puede observar un remozamiento de fachadas solo en el primer cuadro de la ciudad y remodelación en la Plaza Benito Juárez, por otro lado, la deficiencia en los servicios recolección de basura, es una problemática identificada por los habitantes.

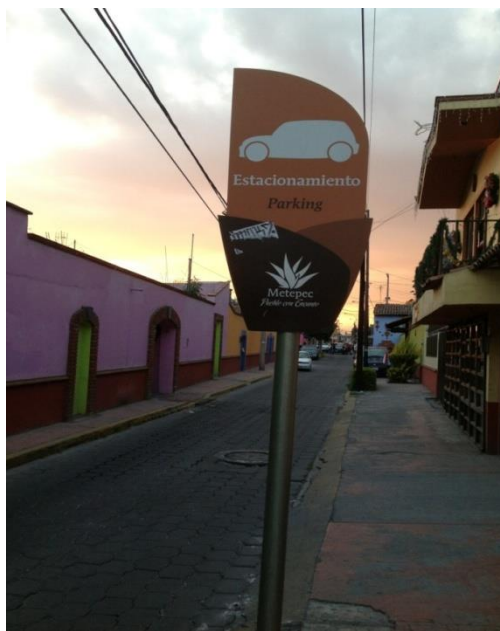


Foto 2.26 Remozamiento de calles y fachadas, Metepec

3.9 Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano).

Metepec cuenta con un programa de reordenamiento del comercio fijo y semifijo que tiene como objetivo mejorar el producto turístico del municipio, minimizando las afecciones que la informalidad del comercio pueden generar. En este programa se pretende reglamentar, entre otras cosas, la colocación del tianguis de los lunes en donde se colocan alrededor de 1061 puestos en las calles que integran a la zona 1 de la cabecera municipal de Metepec.

El municipio Metepec cuenta con un reglamento de imagen urbana y un plan de manejo en función del programa pueblos mágicos, donde se indica la zonificación de la ciudad para efectos del manejo de la imagen urbana: Zona I esta Zona la comprende el primer cuadro de la ciudad típica de Metepec, se le conoce como centro histórico, y comprende la mayoría de los monumentos históricos del municipio así como arquitectura vernácula y artística; esta zona es también la que se toma en cuenta en el programa pueblos Mágicos. Zona II Corredores artesanales constituidos, esta zona está comprendida por las calles donde se ofertan artesanías: Ignacio Comonfort (Leona Vicario – privada Comonfort). Av. Estado de México (Carretera Toluca – Tenango hasta Hermenegildo Galeana). Calle Ignacio Zaragoza (Melchor Ocampo- Av. Estado de México). Calle Ignacio Altamirano (Av. Estado de México – hasta Leona Vicario). Zona III Ciudad Típica de Metepec se conforma por la parte restante de los barrios que integran la cabecera municipal. Zona IV está integrada por los pueblos históricos de Metepec. Zona V comprende el resto del municipio donde se ubican fraccionamientos, condominios, plazas.

El Cerro de los Magueyes es la única área natural protegida que es utilizada con fines de recreación, esparcimiento y cultura. Por lo que se ha realizado campañas de limpieza y reforestación supervisadas por el INAH, ya que se ha encontrado vestigios arqueológicos. Se tiene el antecedente sobre las primeras reforestaciones en la que no se utilizaron las especies arbóreas ideales para el tipo de suelo del lugar característico de la región. Además se ha identificado en sus linderos problemas de invasión poblacional.

El Parque Ambiental Bicentenario, es considerado área ecológica y se pretende que cuente con características ambientales como el aprovechamiento de energía solar, el uso

de agua de lluvia, tratamiento de aguas y residuos sólidos, introducción de flora y fauna endémicas, sin embargo este parque no está a cargo de la administración municipal, ya que es un proyecto del Gobierno del Estado de México.

Se realizó un plan de rescate de la ciudad típica de Metepec, para recuperar los elementos arquitectónicos con valor patrimonial e incorporación de los edificios contemporáneos a la imagen tradicional de la ciudad típica para recuperar su carácter turístico.

3.10 Protección ambiental y paisajística.

El cerro de los magueyes cuenta con la declaratoria de parque municipal, con el objetivo de conservar los elementos naturales y socio-culturales promoviendo actividades que favorezcan el desarrollo sustentable, que asegure la protección en el corto, mediano y largo plazo de sus recursos y tradiciones mejorando la calidad de vida de los habitantes locales de sus alrededores, se observa cuidado y con afluencia de visitantes principalmente de la localidad (en el área natural), es también en este lugar donde se encuentra uno de los atractivos más importantes del destino, la capilla del calvario.

En el resto del municipio es evidente un descuido por la imagen y aseo de las calles, la percepción de los habitantes refleja un deficiente servicio de limpia y recolección de basura. Existen botes de basura en la plaza principal del destino, pero en las calles aledañas no se localizaron depósitos de basura.

3.11 Mercados.

El target al que se dirigen los productos de Metepec es principalmente un mercado regional procedente del Estado de México y el Distrito federal. La modalidad de viaje que se tiene registrada es en familias, y grupos de jóvenes que disfrutan del ambiente nocturno del destino. La motivación principal de visita es cultural y comprar artesanías.

El mercado internacional está llegando cada vez más a Metepec debido a las actividades culturales (Festival Quimera) que están realizando.

3.12 Promoción y Comunicación.

La promoción del destino se hace de dos formas: la primera a través de medios impresos como folletos, trípticos; que son ofrecidos tanto en oficinas de turismo como en los hoteles y carteles para difundir el programa del festival Quimera. La segunda a través del uso de redes sociales facebook, google play, app store con tres libros, guías turística interactiva y la aplicación city mapp descubre Metepec.

Para promover la parte cultural y artística del municipio, se llevan a cabo eventos en donde se pone énfasis sobre todo en la artesanía típica del destino.

Metepec se promociona a través de las siguientes páginas de internet:

1.- Portal del Gobierno Municipal de Metepec:

<http://www.metepec.gob.mx/>

Dentro del portal se puede encontrar información general sobre el municipio, como trámites, directorio de las dependencias, las acciones que el ayuntamiento está realizando y dentro del apartado de turismo; el cual es fácil de identificar, se puede encontrar poca información sobre los sitios de interés turísticos, festividades, gastronomía y artesanías cada uno con solo una fotografía, la información no está actualizada. Dentro de esta, no se comercializa ningún producto turístico. La página es poco interactiva, navegar dentro de la página es fácil ya que cuenta con títulos de identificación en el menú principal. Las áreas de navegación solo se encuentran en la parte superior del portal y cuenta con links para poder tener retroalimentación con los usuarios como Facebook y twitter.

2.- Portal de Pueblo Mágico

http://www.pueblosmexico.com.mx/pueblo_mexico_ficha.php?id_rubrique=325

Dentro de la página se puede encontrar información general sobre el destino, como sitios de interés que puedes visitar, cómo llegar a Metepec, la información no está actualizada, tiene ligas a otros destinos pueblos mágicos, un buscador de hoteles y otros servicios como renta de autos, la página no es interactiva, solo tienen una fotografía ni videos, ni

audio, es fácil navegar por ella, aunque las áreas de navegación solo se encuentran en la parte superior.

3.- Secretaria de Turismo del Estado de México

<http://turismo.edomex.gob.mx/turismo/htm/html/metepec.html>

En esta página se puede encontrar información sobre Metepec como su ubicación, atractivos, artesanías, historia, hoteles, restaurantes, la información no está actualizada, , tiene pocas fotografías, es fácil navegar en la página, las áreas de navegación solo se encuentran en la parte superior y es poco interactiva.

4.- México Desconocido

<http://www.mexicodesconocido.com.mx/metepec-pueblos-magicos-de-mexico.html>

Existe poca información sobre el destino, cuenta con una galería fotográfica, brindan un espacio para que los usuarios dejen comentarios, tiene poca interactividad y es fácil navegar por la página, cuenta con ligas de información turística de ciudades, playas y otros pueblos mágicos.

3.13 Comercialización.

La comercialización del destino se presenta en dos formas de manera directa en el destino de boca en boca y la segunda a través del uso de tecnologías de la información como las redes sociales en las que han tenido respuesta positiva de la gente sin embargo en el destino hace falta módulos de información y guías turísticos que vendan los productos turísticos y que orienten e informe a los visitantes.

3.14 TIC's disponibles y utilizadas.

El Pueblo Mágico de Metepec, cuenta con servicios de telefonía, telefonía móvil, redes en el hogar e Internet, lo que les ha permitido que los prestadores de servicios agilicen su trabajo y que la promoción del destino tenga un mayor impacto en mercados no solo nacionales si no internacionales.

4.- Tepotzotlán, Estado de México



Población ubicada en la zona norte del Estado de México, prácticamente en el inicio de la zona metropolitana de la Ciudad de México; su nombre significa “*Entre jorobas*” y fue habitado por indígenas otomíes.



Foto 4.1 Panorámica Templo de San Francisco Javier

En la época de la Colonia, los jesuitas fundaron un Colegio para el aprendizaje de las Lenguas Indígenas (otomí, náhuatl y mazahua) y el Colegio para la formación de sacerdotes, llamado Colegio de San Francisco Javier, que actualmente alberga al Museo Nacional del Virreinato.

Fue la primera población del Estado de México en obtener el nombramiento como Pueblo Mágico en el año 2002⁸, siendo sus principales atractivos turísticos, el Museo Nacional de Virreinato, el Templo de San Francisco Javier, Los Arcos del Sitio, una variada oferta gastronómica y la venta de artesanías tanto elaboradas ahí como en otras poblaciones de la entidad.

⁸ H. Ayuntamiento de Tepotzotlán. Disponible en línea: <http://www.tepotzotlan.gob.mx/PrimPobladores.htm>



4.2 Iluminación Plaza de La Cruz y Templo de San Francisco Javier

4.1. Perfil socioeconómico del municipio y en especial del papel del turismo en su sistema económico y social.

- ***Localización***

Se localiza en la zona norte del Estado de México, al noreste de la ciudad de Toluca y al norte del Distrito Federal. Limita al norte con los municipios de Huehuetoca y Coyotepec, al sur con los municipios de Cuautitlán Izcalli y Nicolás Romero, al oriente con Coyotepec, Teoloyucan y Cuautitlán Izcalli, y al oeste con Villa del Carbón.

El Pueblo Mágico de Tepotzotlán se encuentra a una altura de 2,250 metros sobre el nivel de mar, se localiza a 115 km. de Toluca y a 42 km. de la Ciudad de México.

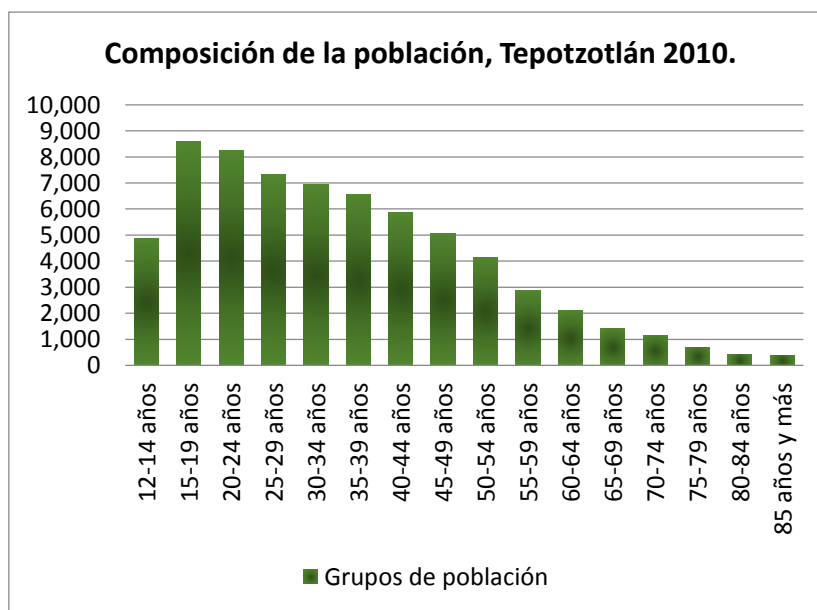
El municipio tiene una superficie de 208.83 kilómetros cuadrados, lo que representa el 4.6% de la superficie total del Estado de México.

- ***Población***

De acuerdo con los Censos y Conteos de Población y Vivienda del INEGI, en 2010 contaba con una población 88,559 habitantes.

Composición de la población por sexo y grupos quinquenales de edad. Tepetzotlán, 2010.			
	Total	Hombres	Mujeres
	66,652	49%	51%
12-14 años	4,868	51%	49%
15-19 años	8,598	51%	49%
20-24 años	8,265	50%	50%
25-29 años	7,321	49%	51%
30-34 años	6,924	47%	53%
35-39 años	6,563	47%	53%
40-44 años	5,863	48%	52%
45-49 años	5,077	48%	52%
50-54 años	4,156	48%	52%
55-59 años	2,862	49%	51%
60-64 años	2,108	50%	50%
65-69 años	1,415	49%	51%
70-74 años	1,142	45%	55%
75-79 años	699	48%	52%
80-84 años	405	44%	56%
85 años y más	386	46%	54%

Fuente: Censos de Población y Vivienda del INEGI, 2010.



Fuente: Censo de Población y Vivienda del INEGI, 2010.

Del total de la población que habita en el municipio, el 41% forma parte de la Población Económicamente Activa (PEA). Según datos del INEGI, las edades de trabajo de los habitantes de Tepetzotlán son de los 15 años hasta los 85 años de edad, siendo el quinquenio más poblado el correspondiente al que va de los 25 a los 29 años, ya que representa el 14% de la PEA.

Condición de actividad económica					
Total		Población económicamente activa			
		Ocupada		Desocupada	
		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Total	36,082	34,316		1,766	
15-19 años	2,557	68%	32%	77%	23%
20-24 años	5,021	67%	33%	66%	34%
25-29 años	5,062	66%	34%	70%	30%
30-34 años	4,767	66%	34%	80%	20%
35-39 años	4,560	66%	34%	82%	18%
40-44 años	4,122	65%	35%	87%	13%
45-49 años	3,464	66%	34%	88%	12%
50-54 años	2,730	67%	33%	89%	11%
55-59 años	1,682	69%	31%	97%	3%
60-64 años	938	72%	28%	91%	9%
65-69 años	521	75%	25%	100%	0%
70-74 años	283	74%	26%	88%	13%
75-79 años	125	74%	26%	88%	13%
80-84 años	48	80%	20%	100%	0%
85 años y más	34	79%	21%	100%	0%

Fuente: Censos de Población y Vivienda del INEGI, 2010.

La población que vive en Tepetzotlán tiene un grado de rezago social muy bajo, de acuerdo a las estimaciones del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), este índice muestra la exclusión de los patrones de vida ordinarios de los habitantes e incluye las necesidades básicas. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentran, la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 4.04%; la población sin derecho a servicios de salud ha aumentado, al haber pasado de 42.60% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra el 43.80% de la

población carente de este servicio. El porcentaje de viviendas con piso de tierra ha disminuido 0.51% en un periodo de 10 años (2000 – 2010). Otras consideraciones de las condiciones de la vivienda que se toman en cuenta son: si no cuentan con excusado o sanitario, para Tepetzotlán el 3.56% no cuentan con este servicio; los hogares que no disponen de agua entubada representan el 13.98%.

Por otro lado, el grado de marginación representa el impacto de las carencias por la falta de acceso a la educación, residencias inadecuadas y privación de bienes en la población. Dentro de estos indicadores se encuentra el porcentaje de ocupantes sin energía eléctrica que para el año 2010 sólo comprende el 0.88%; las viviendas con algún nivel de hacinamiento representan el 37.99%).

- ***Recursos naturales***

El sistema orográfico del municipio es muy variado, en su mayor parte está integrado por un conjunto de cañadas, lomeríos y llanos, la principal formación geomorfológica en el municipio es una cadena montañosa denominada Sierra de Tepetzotlán; hacia el sur, este y oeste de la Sierra las colinas conformadas por los cerros en los extremos noreste y oeste del municipio y sus llanuras forman las tierras bajas del valle del Río Tepetzotlán.

El clima en el municipio es templado subhúmedo con lluvias principalmente en el verano y heladas en invierno.

- ***Infraestructura***

Tepetzotlán está muy bien comunicado por la autopista de cuota México – Querétaro, que es la entrada de todo tipo de transporte público y privado a la Zona Metropolitana de la Ciudad de México y del Valle de México. Esta autopista es de gran importancia para Tepetzotlán, ya que por ella se trasladan diariamente los habitantes para realizar sus diferentes actividades y además sirve de enlace para trasladar sus productos y mercancías a las industrias que se encuentran ubicadas en el municipio y en municipios cercanos.

Otras vialidades son la carretera federal denominada Av. Insurgentes y que comunica con el municipio de Nicolás Romero; el Libramiento norte es una vialidad intermunicipal que

comunica a los municipios de Teoloyucan y Coyotepec; también está la carretera que comunica con los poblados de Cañada de Cisneros hasta llegar a Arcos del Sitio.

Algunas vialidades primarias urbanas que en realidad son ligas de vialidades intermunicipales como son: la Av. Benito Juárez, la Av. Insurgentes, la Av. Eva Sámano de López Mateos, la Av. Adolfo López Mateos, la Av. del Trabajo, la Av. San Mateo y la Av. Vicente Guerrero.

- **Actividades económicas**

II. Las unidades que se dedican al comercio por menor se relacionan con el comercio de alimentos ya preparados, así como de dulces regionales. Los servicios de apoyo a los negocios incluye la organización de viajes, promoción de lugares con la infraestructura para realizar convenciones, congresos, seminarios, y servicio de intercambio de tiempos compartidos. En Tepetzotlán, de acuerdo al censo económico 2009, existen unidades económicas que se dedican, a la asesoría, planeación y organización de los itinerarios de viajes, las agencias de viajes incluyen toda la programación en restaurantes, hoteles y transporte: agregando los servicios de recorridos y excursiones. Los servicios de entretenimiento a los que hace referencia son instalaciones para la práctica de deportes, y guías de turismo que trabajan por cuenta propia. Y, las unidades con servicios de alojamiento temporal en hoteles, cabañas, villas, tiempos compartidos, *bungalows* y similares sólo con los servicios de hotelería (limpieza general, cambio de ropa de cama y toallas). Incluye, también, establecimientos para el consumo de alimentos y bebidas, y lugares para el consumo de bebidas alcohólicas. En este destino, se consideran los museos y lugares de valor cultural con acceso público y son de interés histórico.

III.

Código	Actividad Económica	Unidades económicas	Personal ocupado total
313	Fabricación de insumos textiles y acabado de textiles	4	2155
46	Comercio al por menor	1105	3058
461	Comercio al por menor de abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco	608	1318
4611	Comercio al por menor de abarrotes y alimentos	601	1300
461160	Comercio al por menor de dulces y materias primas para repostería	34	69
461190	Comercio al por menor de otros alimentos	20	31
465215	Comercio al por menor de artículos y aparatos deportivos	4	6
48	- 49 transportes, correos y almacenamiento	10	819
56	Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	54	1606
561	Servicios de apoyo a los negocios	54	1606
5615	Agencias de viajes y servicios de reservaciones	*	9
56151	Agencias de viajes	*	4
56152	Organización de excursiones y paquetes turísticos para agencias de viajes	*	2
561520	Organización de excursiones y paquetes turísticos para agencias de viajes	*	2
56159	Otros servicios de reservaciones	*	3
61163	Escuelas de idiomas	*	14
71	Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	37	117
711	Servicios artísticos, culturales y deportivos, y otros servicios relacionados	*	10
7111	Compañías y grupos de espectáculos artísticos y culturales	*	10
7121	Museos, sitios históricos, zoológicos y similares	*	8
71211	Museos	*	8
713	Servicios de entretenimiento en instalaciones recreativas y otros servicios recreativos	*	99
72	Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	274	1009
721	Servicios de alojamiento temporal	23	174
7211	Hoteles, moteles y similares	15	130
7213	Pensiones y casas de huéspedes, y departamentos y casas amueblados con servicios de hotelería	8	44

722	Servicios de preparación de alimentos y bebidas	251	835
7221	Restaurantes con servicio completo	6	116
72211	Restaurantes con servicio completo	6	116
7222	Restaurantes de autoservicio, comida para llevar y otros restaurantes con servicio limitado	239	705
7224	Centros nocturnos, bares, cantinas y similares	6	14

Fuente: Censo Económico 2009, INEGI. Confidencialidad de los datos proporcionados con fines estadísticos la columna unidades económicas se encuentra inhibida en varios renglones, mostrando un asterisco (*).

4.2 Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos.

Ficha de Identificación de recursos y atractivos

Ficha de Identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Museo Nacional del Virreinato	UTM:	X= 476773.3549221562 Y= 2179769.4202871625 Zona= 14		
Vía de acceso:	Av. Insurgentes pavimentada y empedrada en buenas condiciones.	Tipo de atractivo:	Museo y templo		
Cómo llegar:	Se llega por la Av. Insurgentes, enfrente de la Plaza Principal	Señalética	Ubicada en la Av. Insurgentes y en la Plaza de La Cruz, en buenas condiciones.		
		Tipo de ingreso:	\$57° pesos. Los domingos entrada gratuita para visitantes nacionales	Tiempo de visita	90 minutos
		Dirección :	Plaza Hidalgo No. 99 Tepotzotlán, Estado de México		
Descripción del atractivo:	Tepotzotlán está posicionado como un destino cultural, pues su principal atractivo y mayor fortaleza, es el Museo Nacional del Virreinato manejado por el CONACULTA Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y el INAH Instituto Nacional de Antropología e Historia. La sede del Museo es el Ex Colegio de San Francisco Javier, construido entre los siglos XVII y XVIII, por los miembros de la Compañía de Jesús. Como parte del Museo está el Templo de San Francisco Javier del siglo XVIII, un grandioso ejemplo del estilo barroco churrigueresco que es considerado uno de los más relevantes del arte novohispano. El Museo cuenta con tres exposiciones permanentes, que muestran la vida durante la época del virreinato que abarcó de 1521 a 1821:• Monjas coronadas, vida conventual femenina • Artes y oficios de la Nueva España • Comercio con Oriente Fue inaugurado el 19 de septiembre de 1964.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	El Museo presenta durante todo el año, una variada cartelera de exposiciones y actividades culturales como música, teatro, danza, talleres, recorridos guiados, conciertos, conferencias y en diciembre las famosas pastorelas que en 2013 cumplieron 50 años de presentarse.				
Observaciones:	Mención especial tiene el nombramiento que la UNESCO dio el 1 de agosto del 2010, al Museo Nacional del Virreinato, como Sitio del Patrimonio Mundial, al formar parte de la Ruta Cultural Camino Real de Tierra Adentro, también conocido como la Ruta de la Plata. Los domingos el Museo tiene una gran cantidad de visitantes, aprovechando que no hay costo de entrada.				
Actividades turísticamente posibles:	Exposiciones temporales, recorridos guiados, conciertos de diferentes tipos de música, teatro, festivales culturales y encuentros académicos, se realizan a lo largo del año.				
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento de turismo cultural, de todas las edades.				

Fuente: Elaboración propia



Foto 4.3 Fachada Templo San Francisco Javier s. XVII



Foto 4.4 Interior Templo de San Francisco Javier



Foto 4.5 Exposición Monjas Coronadas



Foto 4.6 Entrada al Museo en domingo

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Plaza de La Cruz	UTM:	X=476621.06216462725 Y=2179748.92674631 Zona=14		
Vía de acceso:	Calle empedrada en buenas condiciones.	Tipo de atractivo:	Plaza principal		
Cómo llegar:	Se llega por la Av. Insurgentes, enfrente del Palacio Municipal y el Museo Nacional del Virreinato	Señalética	Ubicada en la Av. Insurgentes y en la Plaza de La Cruz, en buenas condiciones.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita:	30 a 45 minutos en fines de semana
		Dirección :	Centro de Tepotzotlán, Estado de México		
Descripción del atractivo:	Lugar en el que los fines de semana y temporadas vacacionales se instalan gran cantidad de puestos ofreciendo variedad de artesanías como textiles, juguetes tradicionales de madera, cerámica, barro, madera, dulces típicos y productos de la región como paletas, nieves, miel, galletas y pan. Es importante señalar que los puestos están con una imagen ordenada (plástico color verde, rótulo de Tepotzotlán y logo de Pueblos Mágicos), sin embargo varios ofrecen artículos como ropa, juguetes de plástico, raspados y jarritos con bebidas, lo que empieza a desvirtuar la imagen de Pueblo Mágico.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Venta de artesanías, dulces típicos, productos de la región como miel, pan, nuez y nieves entre otras. Hay 3 empresas que tienen montado un pequeño escenario y prestan ropa, sombreros y rifles de utilería, para tomar fotografías ambientadas en la Revolución Mexicana. También ofrecen recorridos guiados en la zona centro y en el Museo, relacionados con leyendas locales. Enfrente del Palacio Municipal se montan escenarios para los diversos eventos programados como el Festival de Pastorelas; en un pequeño espacio llamado Plaza Virreinal, está un kiosco, en que los domingos hay música de diversos géneros.				
Observaciones:	Un aspecto negativo en el destino, es la venta de cervezas para consumir en las calles y Plaza de la Cruz, existen varios establecimientos que ofrecen dichas bebidas en grandes vasos con el logotipo de la empresa cervecera, lo anterior ha generado un segmento de visitantes, sobre todo jóvenes que vienen los fines de semana a beber cerveza en plena vía pública, todo lo anterior a pesar de que existen señales que indican “Queda estrictamente prohibido el consumo y venta de bebidas alcohólicas en la vía pública” .				
Actividades turísticamente posibles:	Continuar con los eventos artísticos durante los fines de semana, así como con exposiciones de tipo cultural que resalten los atractivos del destino como artesanías, gastronomía y fotografía.				
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento de turismo cultural, entretenimiento y de compras de todas las edades.				

Fuente: Elaboración propia



Foto 4.7 Puestos en Plaza de La Cruz



Foto 4.8 Comerciantes afuera del Atrio de los Olivos



Foto 4.9 Conservas en Plaza de La Cruz



Foto 4.10 Consumo de bebidas alcohólicas en vía pública

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Plaza de las Artesanías	UTM:	X=476539.85763220716 Y=2179836.7848270843Zona=14		
Vía de acceso:	Calle empedrada en buenas condiciones.	Tipo de atractivo:	Cultural artesanal		
Cómo llegar:	Se llega por la Av. Insurgentes y Adolfo López Mateos, junto al Palacio Municipal y enfrente del Mercado Municipal.	Señalética	Ubicada en la Av. Insurgentes y en la Plaza de La Cruz, en buenas condiciones.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita:	30 a 45 minutos en fines de semana
		Dirección :	Centro de Tepotzotlán, Estado de México		
Descripción del atractivo:	Construcción inaugurada en noviembre del 2009, con dos niveles de locales ofreciendo diversas creaciones de los artesanos locales y regionales como textiles, juguetes tradicionales de madera, cerámica, barro, madera, ropa, sombreros, joyería,				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Venta de artesanías.				
Observaciones:	Este Mercado está prácticamente vacío de lunes a jueves, pues la mayoría de los locales no abren esos días.				
Actividades turísticamente posibles:	Concursos, talleres y muestras de artesanías.				
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento de entretenimiento y compras de todas las edades.				

Fuente: elaboración propia



Foto 4.11 Locales Plaza de las artesanías en fin de semana



Foto 4.12 Plaza de las artesanías entre semana

Ficha de identificación de recursos y atractivos

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Mercado Municipal	UTM:	X=476501.4419361983 Y=2179869.811380445 Zona=14		
Vía de acceso:	Calle empedrada en buenas condiciones.	Tipo de atractivo:	Cultural artesanal		
Cómo llegar:	Se llega por la Av. Insurgentes y Adolfo López Mateos, enfrente del Mercado de las Artesanías.	Señalética	Ubicada en la Av. Insurgentes y en la Plaza de La Cruz, en buenas condiciones.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita:	30 a 45 minutos.
		Dirección :			Centro de Tepotzotlán, Estado de México
Descripción del atractivo:	Es una construcción recientemente remodelada, en la que hay una gran cantidad de locales que ofrecen comida como barbacoa, carnitas, tacos, gorditas de guisado, tlacoyos y pambazos, destacando las famosas quesadillas de diversos guisos, en tortilla de masa azul.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Venta de comida.				
Observaciones:	Los locales lucen limpios, así como las personas que atienden. Los fines de semana tiene una gran cantidad de visitantes; de lunes a jueves sólo abren algunos locales. Cuenta con baños en buenas condiciones.				
Actividades turísticamente posibles:	Concursos gastronómicos y muestras de antojitos típicos.				
Segmento turístico:	Dirigido a todos los segmentos de visitantes.				

Fuente: elaboración propia



Foto 4.13 Exterior del Mercado



Foto 4.14 Variedad de antojitos

Fuente: elaboración propia

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Iglesia de San Pedro	UTM:	X=476746.8037623934 Y=2179820.3573050774 Zona=14		
Vía de acceso:	Plaza y atrio adoquinados en buenas condiciones.	Tipo de atractivo:	Cultural religioso		
Cómo llegar:	Se llega por la Av. Insurgentes, junto al Museo Nacional del Virreinato y enfrente de la Plaza de la Cruz.	Señalética	Ubicada en la Av. Insurgentes y en la Plaza de La Cruz, en buenas condiciones.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita:	15 a 30 minutos.
		Dirección :	Centro de Tepotzotlán, Estado de México		
Descripción del atractivo:	Es de estilo barroco y es de gran valor histórico, pues en 1525, frailes de la orden Franciscana, iniciaron la construcción de una Ermita de vista destinada al culto católico cristiano. A través del tiempo este templo ha tenido remodelaciones y cambios, actualmente es uno de los principales Templos de culto católico. Destaca en el frente el Atrio de los Olivos, espacio bien conservado con árboles y cuya traza incluyendo la barda es del siglo XVIII.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Culto católico y visitas para conocer su interior.				
Observaciones:	Sábados y domingos muchos visitantes van a misa como parte de la visita al destino. Es parte del recorrido de los grupos que visitan el destino entre semana.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados.				
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento cultural y religioso.				



4.15 Atrio de los Olivos e Iglesia de San Pedro

Ficha de identificación de recursos y atractivos

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Arcos del Sitio	UTM:	X=463971.57682812586 Y=2185632.4054228268 zona=14		
Vía de acceso:	Carretera en pésimas condiciones	Tipo de atractivo:	Arquitectónico, natural, ecoturismo.		
Cómo llegar:	A 29 km del Pueblo Mágico, por la carretera Tepotzotlán – Villa del Carbón, tomar la desviación a la derecha en Las Cabañas.	Señalética	Ubicada en la Av. Insurgentes y en la carretera a Villa del Carbón.		
		Tipo de ingreso:	Adultos \$35° pesos Estudiantes \$20° pesos Niños y adultos mayores \$10° pesos	Tiempo de visita:	2 a 5 horas con alguna actividad y comida.
		Dirección :			
Descripción del atractivo:	El Acueducto de Xalpa conocido también como Arcos del Sitio, es una majestuosa obra de ingeniería y arquitectura construida por los jesuitas a principios del siglo XVIII. El imponente acueducto que se terminó en 1854, tiene 43 arcos en cuatro niveles, una altura máxima de 61 metros y 438 metros de largo, está entre los más altos de Latinoamérica y es una importante obra hidráulica de los siglos XVIII y XIX. En este lugar se encuentra el Centro Ecoturístico y de Educación Ambiental Arcos del Sitio, con estacionamiento, venta de alimentos y bebidas, puentes colgantes, área de campamento, cabaña, alberca y miradores, todo en un hermoso escenario dominado por los montes boscosos.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Tirolesa, senderismo, bicicleta de montaña y renta de caballos. Exposiciones sobre temas de medio ambiente, campamentos, recreación en albercas y cañada.				
Observaciones:	A partir de la desviación a Las Cabañas, la carretera está en pésimas condiciones (aproximadamente 14 km).				
Actividades turísticamente posibles:	Eventos deportivos como carreras a pie y en bicicleta de montaña, encuentros sobre medio ambiente, grupos académicos con temas de arquitectura, grupos de adultos mayores.				
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento cultural, familiar y de ecoturismo.				

Fuente: elaboración propia



Foto 4.16 Espectacular panorámica del acueducto



Foto 4.17 Instalaciones en el Centro Ecoturístico

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Parque Ecológico Xochitla	UTM:	X=478922.08333819994 Y=2179884.706694058 Zona=14		
Vía de acceso:	Carretera en buenas condiciones	Tipo de atractivo:	Entretenimiento y área natural.		
Cómo llegar:	A sólo 4 km. de Tepetzotlán, casi sobre la autopista México – Querétaro, a la altura de la caseta de peaje.	Señalética	Sobre la autopista México - Querétaro, antes de la caseta de peaje.		
		Tipo de ingreso:	Admisión general Niño (3 a 10 años) \$45 Adulto (mayores de 10 años) \$60 Adulto mayor (INAPAM)* \$25 Personas con capacidades especiales Gratis	Tiempo de visita:	3 a 5 horas con alguna actividad y comida.
		Dirección :	Carretera Circunvalación s/n Tepetzotlán, Estado de México.		
Descripción del atractivo:	En una superficie de 70 hectáreas, el Parque Ecológico Xochitla, es manejado por una fundación que desarrolla diversos proyectos ambientales y realiza estudios técnicos, así como programas de educación, especialmente ambientales y de desarrollo humano. Por medio de los servicios recreativos, educativos y empresariales que ofrece, se obtienen ingresos destinados a la consolidación y conservación de esta área verde urbana.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Ofrece los fines de semana actividades como: juegos infantiles, bicis y cuatriciclos, golfito, eurobungy, lanchitas, tortuguero, pared de escalada, megaburbujas, Casa Ecológica Urbana, laberinto, Tren Xochitla, Tren infantil, circuito de educación vial y boliche rústico.				
Observaciones:	Tiene un área para acampado, restaurante, salones para eventos sociales y empresariales, también realiza talleres y actividades temáticas programadas durante todo el año.				
Actividades turísticamente posibles:	Eventos deportivos, congresos y convenciones, seminarios y talleres sobre temas ambientales y turísticos.				
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento familiar, juvenil y entre semana empresarial.				

Fuente: elaboración propia



Foto 4.18 Panorámica de Xochitla



Foto 4.19 Áreas para actividades específicas

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Lanzarote	UTM:	X=465875.4958018648 Y=2177932.67807157 Zona=14		
Vía de acceso:	Carretera en buenas condiciones	Tipo de atractivo:	Entretenimiento y área natural.		
Cómo llegar:	A 16 km de Tepotzotlán, sobre la carretera a Villa del Carbón está la desviación de 4 km a la Exhacienda de Lanzarote.	Señalética	Sobre la autopista México - Querétaro, antes de la caseta de peaje.		
		Tipo de ingreso:	Niños \$15°° pesos Adultos \$30°° pesos	Tiempo de visita:	4 a 6 horas con actividad en albercas y comida.
		Dirección :			
Descripción del atractivo:	Junto a la Exhacienda de Lanzarote, se conserva una maravilla natural, un árbol de Ahuehuete de aproximadamente 600 años de antigüedad, está en un Balneario Ejidal.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Juegos infantiles, zona de acampar, albercas, chapoteadero y venta de comida.				
Observaciones:	El agua de las albercas, está a temperatura ambiente.				
Actividades turísticamente posibles:	Grupos de escuelas y empresariales.				
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento familiar y juvenil.				

Fuente: elaboración propia



Foto 4.20 Entrada, áreas de comida y el ahuehuete



Foto 4.21 Balneario ejidal

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Presa de la Concepción	UTM:	X=467395.0736428646 Y=2177702.430433566 Zona=14		
Vía de acceso:	Carretera en buenas condiciones y acceso de 300 m de terracería.	Tipo de atractivo:	Presa y entorno natural.		
Cómo llegar:	Aproximadamente a 13 km de Tepetzotlán, a un costado de la carretera que va a Villa del Carbón.	Señalética	Sobre la carretera Tepetzotlán – Villa del Carbón.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita:	1 a 2 horas, llevando comida.
		Dirección :	Municipio de Tepetzotlán		
Descripción del atractivo:	Es un embalse que tiene un bonito escenario y está rodeado de árboles en varias de sus orillas.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Caminatas, renta de caballos, días de campo.				
Observaciones:	Es un recurso natural que tiene el potencial para convertirse en un atractivo turístico. Tiene basura en las orillas y cerca de la cortina.				
Actividades turísticamente posibles:	Navegación en kayak, balsas, lanchas, pesca recreativa.				
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento familiar y deportivo.				

Fuente: elaboración propia



Foto 4.22 Basura en las orillas



Foto 4.23 Panorámica desde la cortina

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Templo de San Mateo Xoloc	UTM:	X=473451.48823071877 Y=2178719.05643215 Zona=14		
Vía de acceso:	Carretera en buenas condiciones y acceso de 300 m de terracería.	Tipo de atractivo:	Cultural y religioso.		
Cómo llegar:	A 4 km de Tepotzotlán, a la derecha de la carretera hacia Villa del Carbón.	Señalética	Sobre la carretera Tepotzotlán – Villa del Carbón.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita:	30 minutos.
		Dirección :	Municipio de Tepotzotlán		
Descripción del atractivo:	Xoloc es un pequeño poblado que ha logrado mantenerse apacible y bello, su iglesia del siglo XVI, es uno de los primeros ejemplos de la arquitectura franciscana en México, su techumbre es una de las mejores conservadas del Estado de México.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Culto católico y visitas guiadas.				
Observaciones:	Es un recurso cultural que tiene el potencial para convertirse en un atractivo turístico, como parte de recorridos en los alrededores de Tepotzotlán.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados con temas culturales e históricos.				
Segmento turístico:	Dirigido a un segmento cultural y religioso.				

Fuente: elaboración propia



Foto 4.24 Interior del Templo San Mateo Xoloc

4.3 Evaluación de la oferta de hospedaje.

Tepotzotlán es un destino principalmente de visitantes, los establecimientos de hospedaje (hoteles, posadas familiares y un tráiler park), tienen una oferta de 700 habitaciones, tienen ocupación los fines de semana derivado de la gran oferta de jardines para fiestas y eventos sociales que se ha establecido en el destino y de los turistas del interior del país, así como un pequeño segmento de turistas extranjeros.

La oferta de hospedaje está compuesta de 15 establecimientos (*publicación TEPOTZOTLÁN Magia, Sabor y Cultura 2013*), todos cuentan con el Distintivo M que otorga la Secretaría de Turismo Federal:

- Finca Las Hortensias
- Posada Arny
- Posada El Cid
- Hotel Posada del Virrey
- Posada del Pedregal
- Posada El Refugio
- Posada García
- Posada Mayín
- Posada Mexiquense Mesón del Río
- Pepe's Park
- Hotel San Francisco
- City Express
- Gran Hotel Real
- Posada del Fraile
- Hotel Posada San José

Para las condiciones actuales del destino, con ocupación importante durante los fines de semana, pero casi vacío entre semana, la oferta rebasa las necesidades del mercado.

La oferta de hospedaje está localizada principalmente en la zona centro del destino. Los empresarios del hospedaje están apostando a la actividad turística, realizan obras de modernización, ampliación y remodelaciones, están trabajando en las certificaciones oficiales y participan en diferentes grupos de trabajo relacionados con el Turismo.



Foto 4.25 Oferta de hospedaje



Foto 4.26 Posadas y hoteles en el destino

4.4 Especificación de la oferta complementaria.

▪ *Oferta gastronómica*

La gastronomía es uno de los atractivos principales del destino, pues al estar ubicado muy cerca de la zona metropolitana de la Ciudad de México y colindante con la zona urbana de varios municipios mexiquenses, es natural el mercado local que los fines de semana aprovecha para desayunar, comer o cenar en Tepotzotlán, combinándolo con la visita a alguno de sus atractivos o sólo para caminar por el centro y disfrutar la vista del Templo de San Francisco Javier.

Existen 13 establecimientos de alimentos y bebidas, considerados como turísticos, sin contar el mercado y puestos que se instalan a orilla de la carretera Tepotzotlán – Villa del Carbón en el tramo hasta Santiago Cuautlalpan y también restaurantes campestres en la carretera de Las Cabañas a los Arcos del Sitio, cabe señalar que la gran mayoría de estos últimos sólo abren sábados y domingos.

Los restaurantes considerados turísticos (*publicación TEPOTZOTLÁN Magia, Sabor y Cultura 2013*) ofrecen comida mexicana, antojitos típicos, platillos prehispánicos

(escamoles, gusanos de maguey, caracoles), pescados, mariscos y comida internacional, en su gran mayoría (11) tiene el Distintivo M que otorga la Secretaría de Turismo Federal:

- RB Carta Blanca
- RB Casa Mago
- RB El Rancho
- RB El Silo
- RB Hostería del Convento
- RB Los Virreyes
- RB El Mesón del Molino
- RB Monte Carlo
- RB La Terraza
- RB Los Arcos
- RB El Rey de los Siete Mares
- RB Rancho San Miguel
- C



Foto 4.27 Calidad y variedad de alimentos

-
-
-

La oferta de alimentos y bebidas del destino, es adecuada para el mercado actual y a mediano plazo, pues su actividad con gran cantidad de comensales es sólo los fines de semana y algunas temporadas vacacionales muy marcadas para el mercado nacional (semana santa, fines de semana largos, fiestas patrias, segunda quincena de diciembre).



Foto 4.28.Oferta gastronómica zona centro



Foto 4.29 Variedad de opciones y precios

Entre los empresarios enlistados existe el compromiso de mantener instalaciones y servicio de calidad, lo que se refleja en el mobiliario, equipo y en algunos casos ampliaciones y remodelaciones de los establecimientos.

Algunos de los Restaurantes Bares ubicados en el primer cuadro, cuentan con servicio de Valet Parking sin costo para sus clientes, el personal está uniformado y portan el logo de Pueblos Mágicos.



Foto 4.30 Valet parking restaurantes



Foto 4.31 Instalaciones y equipamiento moderno

■

▪ **Agencias de viajes**

Recientemente (septiembre 2013), inició actividades la Operadora Paseos Turísticos que trabaja en convenio con el Gobierno Municipal, manejando el Módulo de información Turística, armando y ofertando diferentes paquetes que integran a prestadores de servicios turísticos del destino.

También existen dos agencias de viajes, que se dedican a vender boletos aéreos y paquetes a destinos nacionales e internacionales.

▪ **Oficinas de Información Turística**

Existen 1 Módulo de Información Turística, está ubicado a un costado del Palacio Municipal en la Plaza de La Cruz, con un horario de 10:30 a 17:00 horas diariamente.

El Módulo es de reciente apertura y se está recopilando material promocional de los prestadores de servicios turísticos, como algunas piezas artesanales elaboradas localmente.



Foto 4.32 Módulo de información turística en domingo

▪ **Guías turísticos**

En Tepetzotlán sólo hay 2 guías de turistas con credencial, especializados en el tema cultural, ofrecen recorridos principalmente en la zona centro y en ocasiones a lugares como Arcos del Sitio, Lanzarote y las iglesias alrededor del destino.

En el Museo Nacional de Virreinato hay guías acreditados que ofrecen recorridos.

En los diferentes parques de actividades de aventura, también hay guías que ofrecen servicios como tirolesas, paseos a caballo, en lanchas y senderismo.

Los grupos de turistas que llegan entre semana (principalmente los miércoles) y fines de semana, traen sus propios guías.

- ***Empresas de servicios de turismo especializado (cultural, reuniones, aventura, termalismo, etc.)***

En el tema de Turismo cultural existen tres empresas que ofrecen servicios:

- La Locomotora Revolucionaria
- El Ciclón
- Historias y Leyendas



Foto 4.33 La Locomotora Revolucionaria



Foto 4.34 Historias y Leyendas

Las tres empresas instalan sábados y domingos, pequeños módulos de atención y venta en La Plaza de la Cruz.

En el tema de aventura y actividades de naturaleza, existe una gran variedad de campamentos, parques ecológicos y eco-parques, entre los más conocidos están: Abe Kany Camp, Parque Ecológico Tepotzohtli, Eco-Parque El Mezteño y Xacalli Camp. Esto sin contar con Xochitla y Arcos del Sitio, sitios emblemáticos y muy conocidos en Tepotzotlán.



Foto 4.35 Parques ecológicos y de aventura



Foto 4.36 Campamentos especializados

El Director de Turismo Municipal indicó que durante 2013 se invirtieron \$125 millones de pesos en los parques temáticos de naturaleza y aventura.

Tepetzotlán se ha posicionado en los últimos años, como un destino para la realización de fiestas y eventos sociales. Existen alrededor de 30 jardines acondicionados para ofrecer el servicio de banquetes, con instalaciones y servicios como estacionamiento, baños, juegos infantiles, alumbrado, seguridad y todo tipo de servicios especiales.

También en los hoteles del destino se realizan reuniones de trabajo y convenciones de grupos reducidos, aprovechando la cercanía con mercados potenciales de negocios e industriales.



Foto 4.37 Jardines para fiestas y eventos

- ***Servicios de transporte turístico***

No existe un transporte turístico en el destino, sin embargo las empresas especializadas en cultura, naturaleza y aventura, cuentan con transportes para realizar sus recorridos cuando la ruta lo requiere.

Al destino llegan diversos grupos manejados por operadores externos, mismos que se transportan en autobuses turísticos.

Una problemática ligada a los autobuses, además del tráfico los fines de semana, es que no existen áreas diseñadas para estacionamiento, ni el ascenso- descenso de los turistas.



Foto 4.38 Autobuses turísticos

- ***Oferta comercial susceptible de interés turístico (shopping)***

En el destino existen algunas tiendas que ofrecen artículos de piel (bolsas, chamarras), muebles rústicos y lámparas, aunque la principal oferta es de artesanías.

- ***Artesanías***

Existe un Mercado de Artesanías con dos niveles y aproximadamente 50 locales que ofrecen todo tipo de artesanías de barro, cerámica, textiles, tejidos, juguetes de madera, plata, bolsas de piel, ropa típica, cuadros,

Los locatarios abren sábados y domingos, aunque algunos también abren entre semana.

También en la Plaza de la Cruz, los puestos que se instalan sábados y domingos ofrecen gran variedad de artesanías, dulces típicos, pan, galletas, nieves y recuerdos del destino.



Foto 4.39 Artesanías locales



Foto 4.40 Artesanías fin de semana

▪ ***Espectáculos nocturnos, etc.***

Tepetzotlán ofrece a lo largo del año una gran variedad de actividades culturales, muchas se realizan por la tarde y noche, destacan los conciertos de música clásica y contemporánea, coros, teatro y las pastorelas en diciembre, algunos espectáculos se realizan en el Museo Nacional del Virreinato y otros en la Plaza de la Cruz.

También en los principales restaurantes, los viernes y sábados hay música viva durante todo el día y en algunos tienen espacios para variedades por la noche.

El destino ha trabajado de manera destacada en la realización de eventos culturales, deportivos y temáticos, algunos del año 2013 son:

- VII Encuentro Nacional de Orquestas Infantiles y Juveniles
- Mayáguel planta maravillosa e historia viva
- Festival de Globos Aerostáticos
- Ceremonia de los Concheros
- Ofrenda Monumental del Día de Muertos
- Expo Banquetes
- Coloquio del Camino Real de Tierra Adentro
- Festival Internacional Cervantino
- Carrera Atlética en Pro del Turismo de Naturaleza

- Curso Taller elaboración de conservas
- Festival de Pastorelas.
- Y para enero del 2014 el Festival Aéreo



Foto 4.41 Festival de Pastorelas diciembre 2013



Foto 4.42 festival Aéreo enero 2014

4.5 Factor Humano

- ***Actitudes y sensibilidades de la población local con respecto al turismo y a los turistas.***

En general la población local está consciente de la importancia de la actividad turística, de hecho hay una normatividad municipal que señala que 60% de la plantilla laboral, deben ser personas de la localidad.

También se nota una actitud amigable con los visitantes, tanto de las personas en la calle, como de las que atienden todo tipo de negocios.

Los taxis están perfectamente identificados y muestran el logo de Pueblos Mágicos y el nombre de Tepotzotlán.

- ***Identificación de las necesidades de recursos humanos y de capacitación para los diversos subsectores vinculados al turismo.***

Durante 2013 se impartieron algunos cursos como: Desarrollo de Productos Turísticos Empresariales, Incubadora de negocios turísticos y Primeros auxilios, además de la

Certificación para el Distintivo M, en la que participaron las principales empresas turísticas.

Por la vocación del destino en el tema de gastronomía, se requiere que conjuntamente con los empresarios del destino, se diseñe un Programa de Capacitación dirigido a la sensibilización y profesionalización del personal que labora en los restaurantes en sus diferentes niveles.

También se requiere capacitación en la parte de guías de turistas, en el tema cultural y en el tema de actividades ligadas a la naturaleza y aventura, a fin de mejorar el servicio y seguridad que actualmente ofrecen los diferentes campamentos, parques ecológicos y eco-parques, además de trabajar en la certificación de los guías.

4.6 Marco institucional, normativo y asociativo.

En el destino existe una Dirección de Turismo Municipal, tiene su oficina en la zona centro y es la encargada de la planeación y desarrollo de la actividad turística, la coordinación de eventos, así como la relación con prestadores de servicios turísticos.

Destaca en Tepetzotlán el Comité Pueblo Mágico, que ya tiene 10 años funcionando como el principal responsable de las obras y proyectos que se han realizado con recursos del Programa Federal Pueblos Mágicos.

Existe un Consejo Consultivo de Turismo, conformado por asociaciones civiles y autoridades municipales, tiene cuatro comisiones: infraestructura turística, productos turísticos, capacitación, promoción y publicidad. Realizó su primera sesión el 13 de febrero del 2013, y ha sesionado en otras dos ocasiones, el 29 de abril y el 27 de junio.



Foto 4.43 1ª Sesión del Consejo Consultivo de Turismo, febrero 13 del 2013

Destaca en el destino la participación de la sociedad civil y los empresarios turísticos, lo que se refleja en dos asociaciones: El Grupo de Promoción Turística formado por empresarios, en mayo del 2012 y el Bloque Turístico, formado por representantes de los empresarios del ramo.

También está la Asociación de Posadas Familiares, Hoteles y Moteles de Tepetzotlán A.C.

4.7 Accesibilidad y movilidad.

Tepetzotlán está muy bien comunicada por la autopista México – Querétaro, a sólo 2 km del destino, que está en óptimas condiciones; también cuenta con la carretera Tepetzotlán – Villa del Carbón en buenas condiciones.

Cuenta con transporte público que lo comunica con los municipios vecinos de Cuautitlán, Cuautitlán Izcalli, Teoloyucan, Nicolás Romero y Villa del Carbón y con la Ciudad de México, destacando corridas regulares a la estación Cuautitlán del Tren Suburbano y las estaciones Rosario, Toreo y Chapultepec del metro.



Foto 4.44 Transporte público

En el destino hay 12 estacionamientos registrados, con espacio para 2,600 automóviles.



Foto 4.45 Estacionamientos alrededor del centro



Foto 4.46 Tráfico vehicular

La problemática de accesibilidad que existe en el destino, es el tráfico vehicular sábados y domingos, que satura la Avenida Insurgentes, que es la entrada principal desde la autopista México – Querétaro, provocando que un tramo de sólo 2 km el recorrido tarde más de 20 minutos.

Lo anterior a pesar de que existen dos libramientos, para no pasar por la zona centro.

Otro problema es la carretera hacia Arcos del Sitio, también con mucho tráfico vehicular los sábados y domingos.

4.8 Infraestructuras básicas.

Tepetzotlán es un destino que cuenta con todos los servicios públicos, mismos que se brindan con regularidad y sin problemas, tales como agua, energía, telefonía, recolección de residuos sólidos, hospital y policía municipal.

Destacan la policía turística, el internet inalámbrico en la Plaza de la Cruz, el alumbrado y cableado subterráneo en la zona centro, mobiliario urbano de hierro forjado, cestos para separar residuos orgánicos e inorgánicos.

En Tepetzotlán hay sucursales bancarias y cajeros automáticos de Santander, HSBC, Scotiabank, Banco Walmart y Bancomer, lo que también ha facilitado que los prestadores de servicios turísticos y comerciantes en general, acepten el pago con tarjetas de crédito y débito.

A partir del 2012 se empezaron a depositar desechos sólidos de diversas Delegaciones del D.F., en un sitio cercano a Tepotzotlán, lo que ha generado molestias entre la población, por tráfico de contenedores con basura y en ocasiones mal olor por las noches.



Foto 4.47 Policía turística fines de semana



Foto 4.48 Servicios públicos

4.9 Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano).

El destino se ha beneficiado del Programa Pueblos Mágicos, que actualmente está en su 12ª etapa, entre las principales obras realizadas están: Mercado de Artesanías, Remodelación del Mercado Municipal, fachadas zona centro, adoquinado de calles en zona centro y Plaza de la Cruz, sanitarios públicos, cableado subterráneo, mobiliario urbano, alumbrado zona centro y alumbrado del Templo de San Francisco Javier.

En general se puede identificar que el destino ha manejado de forma adecuada el paisaje urbano de la zona centro, en las siguientes etapas se buscará ampliar los beneficios a más zonas de la población y en algunos casos a los atractivos ubicados en los alrededores.



Foto 4.49 Iluminación atractivos



Foto 4.50 Mobiliario urbano



Foto 451 Jardineras y fuentes en zona centro

Protección ambiental y paisajística.

El Parque Ecoturístico y de Educación Ambiental Arcos del Sitio es un área muy sensible desde el punto de vista ambiental y paisajístico, sin embargo al estar concesionado a un operador privado, se tienen garantías de su protección.

La Presa de la Concepción también es un área sensible ambiental y de paisaje, actualmente no cuenta con infraestructura, ni instalaciones para la actividad turística, aunque está considerada en los proyectos de la 12ª etapa del Programa Pueblos Mágicos.

4.10 Mercados.

Tepotzotlán es un destino que tiene muy definido su mercado actual, mismo que está condicionado por su ubicación a sólo 42 km de la Ciudad de México, además de estar prácticamente conurbado con varios municipios del Estado de México.

De acuerdo a opiniones de diferentes actores del destino, el mercado es:

Origen	Temporada alta	Temporada baja
D.F. y municipios cercanos del Estado de México	80%	95%
Resto de entidades del país	15%	3%
Internacional	5%	2%

A nivel de grupos de viaje:

Grupo	Todo el año
Familias	70%
Escuelas	10%
Parejas	10%
Jóvenes	10%

Motivo de visita	Fines de semana
Cultural (Museo, Arcos del Sitio, eventos, artesanías)	55%
Gastronómico (comida en restaurantes, mercado y puestos de comida)	35%
Invitados a fiestas en jardines y salones	10%

Medio de transporte	Todo el año
Vehículo particular	60%
Transporte público	30%
Autobuses turísticos	10%
Origen de visitantes	Promedio de permanencia
D.F. y municipios cercanos del Estado de México	5 horas
Resto de entidades del país	6 horas
Internacional	3 horas

Uno de los mercados potenciales que está buscando incrementar el destino, son los Congresos y Convenciones, ya empieza a manejarse por algunos hoteles que cuentan con instalaciones y equipo para este tipo de reuniones, aunque en grupos no mayores a 200 personas.

También hay un mercado potencial en el Turismo de naturaleza y aventura, ya existen empresas especializadas (campamentos y parques) que actualmente reciben grupos escolares y de empresas.

4.11 Promoción y Comunicación.

El destino maneja actualmente el lema “Tepotzotlán, Magia, Sabor y Cultura”, para promocionar sus principales atractivos y diferenciarse de otros Pueblos Mágicos.

Cuenta con material impreso (revista, folletos trípticos, dípticos y volantes a color) que a pesar de tener buena calidad de impresión, su diseño dificulta la lectura.

Destacan los pendones que están en los accesos al destino y rumbo a sus principales atractivos.

La página oficial del destino es www.tepotzotlanpueblomagico.org e incluye los principales atractivos, restaurantes, hoteles, sitios para compras, campamentos, jardines para fiestas, programación de eventos, historia y en general información del Pueblo Mágico. Es un medio que se actualiza constantemente y se ha convertido en una de sus principales herramientas de promoción.

El Museo Nacional del Virreinato tiene su propia página www.virreinato.inah.gob.mx y presenta de forma muy completa las exposiciones, eventos, historia y programas educativos que realizan.

Existe una campaña promocional manejada por la Secretaría de Turismo del Estado de México y el Consejo de Promoción Turística de México, por medio de anuncios espectaculares que se ubican en las carreteras principales de la entidad y sobre la autopista México – Querétaro, cercanos a la caseta de peaje de Tepotzotlán. El lema de esa campaña es “Tepotzotlán, la maravilla de tenerlo cerca”. También como parte de esta campaña hay promocionales en radio, televisión, prensa y revistas.

La página de la Secretaría de Turismo del Estado de México, que promociona el destino es: <http://turismo.edomex.gob.mx/turismo/htm/html/tepotzotlan.html>



Foto 4.52 Pendones promocionales

4.12 Comercialización.

La creación en septiembre del 2013 de la Operadora Paseos Turísticos, es un esfuerzo del Gobierno Municipal por contar con una oferta de productos turísticos, que integren a los diferentes prestadores de servicios, y es el primer paso para contar con una DMC.

La venta directa sigue siendo el canal de comercialización más importante de los restaurantes, ya que la mayoría de los visitantes consume en los diferentes establecimientos de alimentos y bebidas.

En el caso del hospedaje, además de las recomendaciones de familiares y amigos, las páginas en internet se han convertido en su canal de venta más utilizado.

El caso del Hotel City Express es diferente, pues pertenece a una cadena que maneja una central de reservaciones, aunque también reserva de forma directa, vía telefónica.

Para los jardines y salones de fiestas, la recomendación directa, así como el haber asistido a los eventos, es lo que determina la elección del sitio.

Existe un mercado de grupos (turistas nacionales y extranjeros), manejados por operadores de la Ciudad de México, tiene programada la visita en autobús los días miércoles, después de visitar Teotihuacán y Tula. La visita al destino es de 3 horas e

incluye el Museo Nacional del Virreinato y comida en los principales restaurantes del centro.

Las principales páginas de internet que brindan información del destino son:

www.tepotzotlanpueblomagico.org

<http://turismo.edomex.gob.mx/turismo/htm/html/tepotzotlan.html>

www.virreinato.inah.gob.mx

www.visitmexico.com/es/pueblosmagicos/que-hacer-en-tepotzotlan

www.mexicodesconocido.com.mx/tepotzotlan-pueblos-magicos-de-mexico

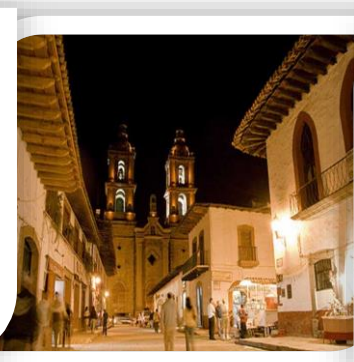
En redes sociales se maneja esta página, que muestra atractivos, eventos y opiniones del destino:

<https://es-es.facebook.com/pages/Tepotzotl%C3%A1n-Pueblo-M%C3%A1gico/287423151270039>

4.13 TIC's disponibles y utilizadas.

Tepotzotlán tiene servicios de telefonía fija, telefonía celular e internet, este último es usado para promocionar el destino en diversas páginas de internet en general y el Museo Nacional del Virreinato.

5.- Valle de Bravo, Estado de México



Es una hermosa población de casas blancas, calles empedradas y tejados rojos, asentada junto a la presa del mismo nombre. La región fue habitada por matlaltzincas, otomíes y mazahuas, que aún muestran orgullosos parte de su cultura en sus artesanías, comida y costumbres.

La presa fue construida en 1947, lo que ha permitido además de las actividades recreativas, un importante desarrollo inmobiliario, comercial y turístico.

Recibió el nombramiento de Pueblo Mágico el 2 de marzo de 2005⁹ y sus principales atractivos además del pueblo, son las actividades acuáticas, bosques, cascadas, artesanías, una variada oferta gastronómica y su clima.



Foto 5.1 Panorámica del pueblo y la presa al fondo

⁹ Secretaría de Turismo. Boletín de prensa 027/05. Disponible en línea: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Boletin_027_Designan_a_Valle_de_Bravo_como_Pu

5.1 Perfil socioeconómico del municipio y en especial del papel del turismo en su sistema económico y social.

• Localización

Valle de Bravo se encuentra en el poniente del Estado de México a una longitud mínima de 99º 57' 34" y a una máxima de 100º 15' 54", así como a una latitud mínima de 19º 04' 37" y máxima de 19º 17' 28", y a una altitud de 1830 metros sobre el nivel medio del mar. Colinda al norte con Donato Guerra, al sur con el municipio de Temascaltepec, al este con Amanalco y Tesmascaltepec y al oeste con Ixtapan del Oro, Santo Tomás y Otzoloapan. Se localiza a 96 kilómetros de Toluca.

Tiene una superficie de 421.95 kilómetros cuadrados, lo que representa 1.87% de la superficie total del estado.

• Población

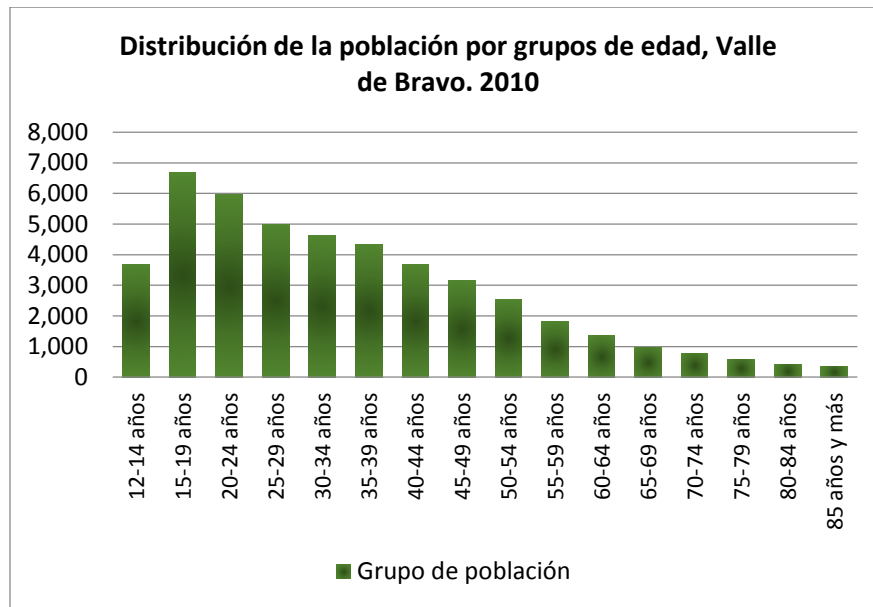
De acuerdo con los Censos y Conteos de Población y Vivienda del INEGI, en 2010 contaba con una población 61,599 habitantes.

A continuación se presenta la composición de la población mayor de 12 años por sexo y grupo de edad, así como su distribución por quinquenios de edad.

Composición de la población por sexo y grupos quinquenales de edad. Valle de Bravo, 2010.			
	Total	Hombres	Mujeres
	45,967	49%	51%
12-14 años	3,695	50%	50%
15-19 años	6,684	50%	50%
20-24 años	5,947	49%	51%
25-29 años	5,002	47%	53%
30-34 años	4,633	48%	52%
35-39 años	4,334	47%	53%
40-44 años	3,670	50%	50%
45-49 años	3,171	48%	52%
50-54 años	2,547	49%	51%
55-59 años	1,834	48%	52%
60-64 años	1,353	51%	49%
65-69 años	981	46%	54%

70-74 años	785	45%	55%
75-79 años	588	45%	55%
80-84 años	406	45%	55%
85 años y más	337	41%	59%

Fuente: Censos de Población y Vivienda del INEGI, 2010.



Fuente: Censos de Población y Vivienda del INEGI, 2010.

Del total de la población que habita en el municipio, el 40% forma parte de la Población Económicamente Activa (PEA). Según datos del INEGI, las edades de trabajo de los habitantes de Valle de Bravo son de los 15 años hasta los 85 años de edad, siendo el quinquenio más poblado el correspondiente al que va de los 20 a los 24 años, ya que representa el 14% de la PEA.

Condición de actividad económica					
Total		Población económicamente activa			
		Ocupada		Desocupada	
		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Total	24,895	23,465		1,430	
15-19 años	2,165	73%	27%	82%	18%
20-24 años	3,464	67%	33%	79%	21%
25-29 años	3,364	64%	36%	73%	27%
30-34 años	3,238	65%	35%	78%	22%
35-39 años	3,060	63%	37%	77%	23%
40-44 años	2,683	65%	35%	82%	18%
45-49 años	2,241	63%	37%	90%	10%
50-54 años	1,717	67%	33%	85%	15%
55-59 años	1,085	68%	32%	95%	5%
60-64 años	720	73%	27%	93%	7%
65-69 años	419	70%	30%	93%	7%
70-74 años	272	74%	26%	94%	6%
75-79 años	173	81%	19%	89%	11%
80-84 años	93	78%	22%	100%	0%
85 años y más	43	80%	20%	67%	33%

Fuente: Censos de Población y Vivienda del INEGI, 2010.

La población que vive en Valle de Bravo tiene un grado de rezago social muy bajo, de acuerdo a las estimaciones del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), este índice muestra la exclusión de los patrones de vida ordinarios de los habitantes e incluye las necesidades básicas. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentran, la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 8.28%; la población sin derecho a servicios de salud ha disminuido al haber pasado de 67.10% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra el 34.51% de la población carece de este servicio. El porcentaje de viviendas con piso de tierra ha disminuido 7.37% en un periodo de 10 años (2000 – 2010). Otras consideraciones de las condiciones de la vivienda que se toman en cuenta son: si no cuentan con excusado o sanitario, para Valle de Bravo el 8.63% no cuentan con este servicio; los hogares que no disponen de agua entubada representan el 8.26%.

Por otro lado, el grado de marginación representa el impacto de las carencias por la falta de acceso a la educación, residencias inadecuadas y privación de bienes en la población. Dentro de estos indicadores se encuentra el porcentaje de ocupantes sin energía eléctrica que para el año 2010 sólo comprende el 2.13%; las viviendas con algún nivel de hacinamiento representa el 43.83%.

- ***Recursos naturales***

El clima en el municipio es templado subhúmedo con lluvias en verano; los meses más calurosos son: mayo, junio, julio y agosto. Su temperatura promedio anual de 17.5° C., la máxima de 32°C, y la mínima de 1.3°C.

El municipio de Valle de Bravo se encuentra dentro de la Cuenca del Río Balsas, constituida por la presa de Valle de Bravo; existen algunos ríos, entre los que se encuentran: El Salto, Barranca Honda, Tiloxtoc, como principal aportador del Río Balsas; Los Hoyos, Agua Grande, La Asunción, El Molino, El Cristal, Los Gavilanes, Capilla Vieja, Amanalco de Becerra, Las Flores, Río Chiquito, Los Saúcos y Piñas Altas. En el municipio existen tres presas que son: Tiloxtoc, Colorines y Valle de Bravo.

- ***Infraestructura***

En este sentido, las vialidades que comunican al municipio con su entorno regional y estatal son cinco: Carretera federal Toluca – Villa Victoria – Valle de Bravo, Carretera federal Toluca – Temascaltepec – Entronque a Valle de Bravo, Carretera Temascaltepec – Valle de Bravo, Carretera Toluca – Amanalco – Valle de Bravo, y Carretera Santo Tomás – Villa de Colorines – Valle de Bravo.

También cuenta con vialidades locales que comunican internamente diferentes zonas del municipio y que a su vez son los ejes estructuradores de las vialidades primarias, secundarias y rurales del municipio.

- **Actividades económicas**

II. Las unidades que se dedican al comercio por menor se relacionan con el comercio de alimentos ya preparados, así como de dulces regionales. Las unidades dedicadas al transporte turístico pueden ser por tierra o agua, y son recorridos de un solo día en donde el punto de salida y llegada es el mismo. Los servicios de apoyo a los negocios incluye la organización de viajes, promoción de lugares con la infraestructura para realizar convenciones, congresos, seminarios, y servicio de intercambio de tiempos compartidos. En Valle de Bravo, de acuerdo al censo económico 2009, existen unidades económicas que se dedican, a la asesoría, planeación y organización de los itinerarios de viajes, las agencias de viajes incluyen toda la programación en restaurantes, hoteles y transporte: agregando los servicios de recorridos y excursiones. Los servicios de entretenimiento a los que hace referencia son instalaciones para la práctica de deportes, y guías de turismo que trabajan por cuenta propia. Y, las unidades con servicios de alojamiento temporal en hoteles, cabañas, villas, tiempos compartidos, *bungalows* y similares sólo con los servicios de hotelería (limpieza general, cambio de ropa de cama y toallas). Incluye, también, establecimientos para el consumo de alimentos y bebidas, y lugares para el consumo de bebidas alcohólicas. En este destino, se consideran los museos y lugares de valor cultural con acceso público y son de interés histórico.

Código	Actividad Económica	Unidades económicas	Personal ocupado total
46	Comercio al por menor	1050	2453
461	Comercio al por menor de abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco	478	1009
4611	Comercio al por menor de abarrotes y alimentos	447	961
461160	Comercio al por menor de dulces y materias primas para repostería	12	18
461190	Comercio al por menor de otros alimentos	6	12
465215	Comercio al por menor de artículos y aparatos deportivos	*	11
48	- 49 transportes, correos y almacenamiento	*	91
487	Transporte turístico	*	52
56	Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	35	186
561	Servicios de apoyo a los negocios	35	186
5615	Agencias de viajes y servicios de reservaciones	*	1
56159	Otros servicios de reservaciones	*	1
71	Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	45	240
7121	Museos, sitios históricos, zoológicos y similares	*	3
71211	Museos	*	3
713	Servicios de entretenimiento en instalaciones recreativas y otros servicios recreativos	*	237
72	Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	307	1494
721	Servicios de alojamiento temporal	60	520
7211	Hoteles, moteles y similares	44	470
72119	Cabañas, villas y similares	9	55
7213	Pensiones y casas de huéspedes, y departamentos y casas amueblados con servicios de hotelería	16	50
722	Servicios de preparación de alimentos y bebidas	247	974
7221	Restaurantes con servicio completo	12	200
72211	Restaurantes con servicio completo	12	200
7222	Restaurantes de autoservicio, comida para llevar y otros restaurantes con servicio limitado	224	680
7224	Centros nocturnos, bares, cantinas y similares	11	94

Fuente: Censo Económico 2009, INEGI. Confidencialidad de los datos proporcionados con fines estadísticos la columna unidades económicas se encuentra inhibida en varios renglones, mostrando un asterisco (*).

5.2 Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos.

Valle de Bravo es un destino que cuenta con muchos recursos, que se han convertido en atractivos, en los que se desarrollan una gran variedad de productos turísticos.

Los principales recursos son los relacionados a la naturaleza, sus bosques, cascadas y la presa, sin embargo también son muy importantes los recursos culturales que le han dado un sello muy especial.

La Dirección de Turismo Municipal tiene identificados 33 atractivos turísticos, los más importantes son:

Ficha de identificación de recursos y atractivos

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Presa Valle de Bravo	UTM:	X=381029.57683260605 Y=2122107.0259655192 Zona= 14		
Vía de acceso:	Carretera y calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Presa y escenarios naturales		
Cómo llegar:	El Muelle Municipal está a 5 calles de la Plaza Principal.	Señalética	Ubicada en las principales avenidas del pueblo, indicando el Muelle Municipal,		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	30 minutos sí sólo se observa el escenario. 2 a 4 horas con alguna actividad y comida.
		Dirección :	Municipio de Valle de Bravo, a la orilla del pueblo.		
Descripción del atractivo:	Es el principal atractivo y fortaleza del destino, es la imagen que más se utiliza para promocionarlo y se ha convertido en la base del desarrollo turístico.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Actividades acuáticas como paseos en lancha, velero, sky, kayak y recorridos en barco. En sus orillas además de casas, se han construido instalaciones como muelles, miradores y andadores, destacan dos restaurantes flotantes en la sección del Muelle Municipal.				
Observaciones:	En su alrededor se encuentran restaurantes y hoteles con espectaculares vistas que combinan el paisaje boscoso y la presa.				
Actividades turísticamente posibles:	Además de las que ya se realizan, es un sitio ideal para competencias deportivas, recorridos fotográficos y observación de flora y fauna.				
Segmento turístico:	Dirigido a todo tipo de segmentos, como familias, jóvenes, turismo deportivo y gastronómico entre otros.				

Fuente: Elaboración propia

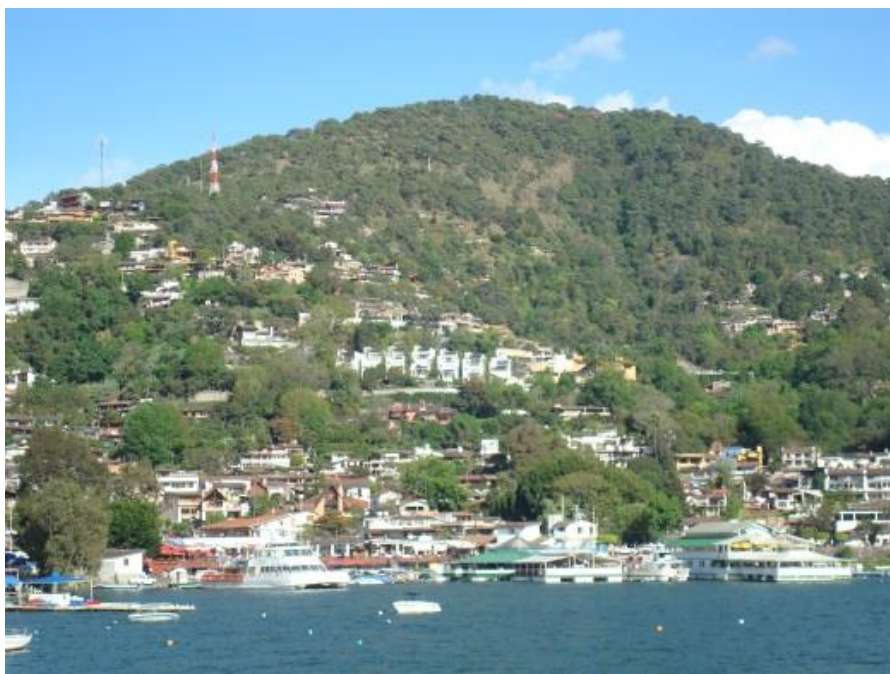


Foto 5.2 Presa y el Muelle Municipal

Ficha de identificación de recursos y atractivos

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Centro histórico y Plaza principal	UTM:	X=381026.52143592807 Y=2122640.483825436 Zona=14		
Vía de acceso:	Carretera y calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Arquitectónico, cultural y comercial.		
Cómo llegar:	Por la Av. Antonio Pagaza o la Av, Juárez.	Señalética	Ubicada en las principales avenidas del pueblo,		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	30 minutos sí sólo se camina. 2 a 3 horas con alguna actividad y comida.
		Dirección :	Municipio de Valle de Bravo.		
Descripción del atractivo:	El Centro Histórico está formado por la Plaza Principal, la Av. Arcadio Pagaza y la Av. Juárez, con varias calles aledañas, aquí se encuentran edificios históricos, museos, callejones empedrados, fachadas coloridas, mercaditos, restaurantes, cafés, tiendas de artesanías, ropa, recuerdos, bancos, taxis y boutiques de todo tipo. La Plaza principal, tiene todas las características de un pueblo mexicano típico, con su kiosko, jardineras, bancas y mobiliario urbano de herrería.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Es el centro de reunión y paseo de visitantes y habitantes, en el quiosco se presentan bandas locales los domingos por la tarde y los fines de semana en la Plaza hay puestos de elotes, esquites, pan, galletas y paletas. Por las tardes, en los portales se venden nieves artesanales de sabores diversos, además de puestos de “antojitos”: como tacos, pambazos, tamales, atole y pan de leña.				
Observaciones:	Los fines de semana y épocas vacacionales, hay un problema de tráfico vehicular, en la Plaza Principal, la Av. Juárez y Av. Arcadio Pagaza.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos culturales, fotográficos, históricos, exposiciones de artesanías, pintura, escultura.				
Segmento turístico:	Dirigido a todo tipo de segmentos.				

Fuente: elaboración propia



Foto 5.3 Tráfico en Plaza Principal



Foto 5.4 Plaza Principal

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Parroquia de San Francisco de Asís	UTM:	X=381016.9405255922 Y=2122687.1388868038 Zona=14		
Vía de acceso:	Carretera y calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Arquitectónico, cultural y religioso.		
Cómo llegar:	Está ubicada en la Plaza Principal.	Señalética	Ubicada en las principales avenidas del pueblo,		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	30 minutos.
		Dirección :	Plaza Principal de Valle de Bravo.		
Descripción del atractivo:	Fue construida alrededor de 1880 y ha tenido diversas remodelaciones, tiene en la portada un par de columnas y arcos que comunican a las tres naves, en donde se encuentra una pila bautismal de una sola pieza del siglo XVII, también destacan sus coloridos vitrales.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Misas católicas.				
Observaciones:	Los fines de semana muchos habitantes y visitantes, acuden a las misas.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos culturales, fotográficos, históricos.				
Segmento turístico:	Dirigido a todo tipo de segmentos.				

Fuente: elaboración propia



Foto 5.5 La Parroquia de San Francisco de Asís

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Cascada Velo de Novia	UTM:	X=380140.26957764645 Y=2119623.14511713 Zona=14		
Vía de acceso:	Carretera y calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Natural		
Cómo llegar:	Tomar la carretera hacia el Fracc. Avándaro y seguir señalamientos.	Señalética	Ubicada en las principales avenidas del pueblo, sobre la carretera hacia a Avandaro.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	60 minutos.
		Dirección :			Avándaro, Valle de Bravo
Descripción del atractivo:	Ubicada en lo actualmente es el Parque Ecoturístico Velo de Novia, es un hermosa caída de agua de 35 metros de altura. La cascada está rodeada por un bello bosque que alberga especies como sauces, fresnos, encinos y pinos. Tiene señalización, vigilancia, estacionamiento, miradores, asadores, tres pequeños puentes, venta de artesanías, antojitos y asadores				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Senderismo, observación de flora y fauna, ciclismo de montaña, paseos a caballo.				
Observaciones:	Es uno de los principales atractivos turísticos del destino, forma parte de los recorridos que realiza el tranvía turístico Chu-Chu.				
Actividades turísticamente posibles:					
Segmento turístico:	Dirigido a familias, jóvenes y personas que disfruten la naturaleza.				

Fuente: elaboración propia



Foto 5.6 Cascada Velo de Novia

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Cascada Río El Molino	UTM:	X=382683.6923105188 Y=2121102.756442413 Zona=14		
Vía de acceso:	Carretera en buen estado.	Tipo de atractivo:	Natural		
Cómo llegar:	Tomar la carretera hacia Avándaro y del lado izquierdo encontrará el acceso.	Señalética	Ubicada sobre la carretera hacia a Avandaro.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	30 minutos.
		Dirección :	Valle de Bravo, Valle de Bravo		
Descripción del atractivo:	Es un bello atractivo natural, tiene una escalinata y miradores que permiten caminatas para apreciar el paisaje rocoso, el bosque y la caída del agua.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Caminatas, observación de flora y fauna, hay venta de artesanías y en los alrededores lugares para comer.				
Observaciones:	No existe un espacio de estacionamiento.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados y fotografía.				
Segmento turístico:	Dirigido a todos los segmentos.				

Fuente: elaboración propia



Foto 5.7 Cascada rodeada de hermoso escenario, con escalinata y miradores

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Monte Alto	UTM:	X=382683.6923105188 Y=2121102.756442413 Zona=14		
Vía de acceso:	Carretera en buen estado.	Tipo de atractivo:	Natural		
Cómo llegar:	Tomar la carretera hacia Avándaro y del lado izquierdo encontrará el acceso.	Señalética	Ubicada sobre la carretera hacia a Avandaro.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	30 minutos.
		Dirección :	Valle de Bravo, Valle de Bravo		
Descripción del atractivo:	La Reserva Estatal Monte Alto, es un lugar privilegiado por la naturaleza, rodeada de bosques que invitan al contacto con la naturaleza y la práctica de actividades al aire libre. El tipo de vegetación es el bosque de encino y pino. La fauna protegida son conejos de monte, liebre, ratón de campo, murciélago, armadillo, culebra, víbora, lagartija sapo y rana. Ahí está el Parque Ecoturístico, hay dos miradores de donde se observa el pueblo y gran parte de la presa de Valle de Bravo, tiene un circuito de 21 km para ciclismo de montaña, senderos para caminatas y cabalgatas, un área de campamento rústico que cuenta con instalaciones a base de ecotecnias, con el fin de convertirla en una zona de preservación ecológica.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Zona de despegue para ala delta y parapente, senderismo, bicicleta de montaña, paseos a caballo y campamentos.				
Observaciones:	Es muy visitado por ser la base de despegue para volar en ala delta y parapente.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados, observación de flora, fauna y fotografía.				
Segmento turístico:	Dirigido a todos los segmentos y turismo de aventura.				

Fuente: elaboración propia



Foto 5.8 Zona de despegue de parapente y ala delta

icha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Centro para la cultura y la conservación Piedra Herrada (mariposa monarca)	UTM:	: X= 398739.883733154 Y= 2121228.2742881896 Zona=14		
Vía de acceso:	Carretera en buen estado.	Tipo de atractivo:	Natural		
Cómo llegar:	A 25 km de Valle, tomar la carretera hacia Temascaltepec.	Señalética	Ubicada sobre la carretera a Temascaltepec.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	30 minutos.
		Dirección :	Comunidad de los Saucos, Valle de Bravo		
Descripción del atractivo:	En el Santuario Piedra Herrada, que es manejado por ejidatarios, se puede observar de noviembre a marzo una de las más extraordinarias maravillas de la naturaleza, la mariposa monarca que viene de Canadá y E.U.A.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Recorridos guiados, paseos a caballo, observación de flora y fauna,				
Observaciones:	Hay venta de alimentos y artesanías, renta de caballos, sanitarios y estacionamiento				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados, ciclismo de montaña, senderismo.				
Segmento turístico:	Dirigido a todos los segmentos.				

Fuente: elaboración propia



Foto 5.9 Maravilla natural de noviembre a marzo

Ficha de identificación de recursos y					
Nombre con el que se identifica:	Templo de Santa María	UTM:	X=381376.69870321243 Y=2121833.6301720697 Zona=14		
Vía de acceso:	Calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Cultural y religioso.		
Cómo llegar:	Está a 300 metros del Muelle Municipal.	Señalética	Ubicada sobre la Av. Arcadio Pagaza y Av. Fray Gregorio Jiménez.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	30 minutos.
		Dirección :	Barrio de Santa María Ahuacatlán, Valle de Bravo		
Descripción del atractivo:	Está dedicada a un Cristo Negro muy venerado por los habitantes de Valle de Bravo. Se exhiben pinturas que describen la relación entre los mazahuas y el Cristo Negro.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Visitas guiadas, misas católicas, fiesta patronal.				
Observaciones:	Es uno de los templos con mayor afluencia sábados y domingos.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados.				
Segmento turístico:	Turismo cultural y religioso.				

Fuente: elaboración propia



Foto 5.10 Iglesia de Santa María



Foto 5.11 Cristo Negro y mazahuas

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Museo Joaquín Arcadio Pagaza	UTM:	X= 381165.3705588172 Y= 2122519.0610855306 Zona=14		
Vía de acceso:	Calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Cultural.		
Cómo llegar:	Está a 100 metros de la Plaza Principal.	Señalética	Ubicada sobre la Av. Arcadio Pagaza y Plaza Principal.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	30 minutos.
		Dirección :			Centro histórico, Valle de Bravo.
Descripción del atractivo:	Es una antigua casona del siglo XVII, tiene tres salas de exposición permanentes, la recamara, el estudio y el oratorio; en estas se exhiben objetos suntuarios, mobiliario, libros y ropajes del obispo. Este centro cultural cuenta además, con dos salas para exposiciones temporales, un auditorio de usos múltiples, una sala para conferencias, biblioteca, patio y jardines.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Exposiciones de escultura, pintura, fotografía, conciertos de música clásica y coral, talleres de lectura.				
Observaciones:	Tiene el potencial para ser usado como sede de eventos culturales, para grupos de hasta 50 personas.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados.				
Segmento turístico:	Turismo cultural.				

Fuente: elaboración propia



Foto 5.12 Exposiciones escultóricas



Foto 5.13 Mobiliario de época

Ficha de identificación de recursos y atractivos

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Mercado Municipal	UTM:	X= 380845.7142332251 Y= 2122728.647026436 Zona=14		
Vía de acceso:	Calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Cultural.		
Cómo llegar:	Está a 100 metros de la Plaza Principal.	Señalética	Ubicada sobre la Av. Juárez y Plaza Principal		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	30 minutos.
		Dirección :	Barrio de Santa María Ahuacatlán, Valle de Bravo		
Descripción del atractivo:	Es uno de los sitios más tradicionales de Valle, por la gran variedad de productos que ahí se ofrecen y que forman un abanico multicolor. Los domingos hay un tianguis con productos de las comunidades vecinas, hay frutas y verduras de temporada como aguacate, duraznos, nueces de castilla en agosto y septiembre, nanches, mandarina, elotes en julio y agosto, y una gran variedad de hongos y setas. Además hay gran variedad de flores y plantas; diario hay tortillas hechas a mano azules y blancas también hay ropa, calzado, artículos regionales, la tradicional cecina vallesana, barbacoa y varias fondas de comida y antojitos con muy buena calidad y limpieza.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Venta de comida, frutas, verduras, plantas y comestibles.				
Observaciones:	Los locales del área de comida están limpios y la calidad de los alimentos es muy buena.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados.				
Segmento turístico:	Todos los segmentos.				

Fuente:elaboración propia



Foto 5.14 Colorido y sabor



Foto 5.15 Locales en el área de comidas

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Museo Arqueológico	UTM:	X= 381200.76164713706 Y= 2121928.3979970682 Zona=14		
Vía de acceso:	Calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Cultural.		
Cómo llegar:	Está a 100 metros del Muelle Municipal	Señalética	Ubicada sobre la Av. Fray Gregorio Jiménez, Av. Arcadio Pagaza y en Plaza Principal.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	30 minutos.
		Dirección :	Av. Fray Gregorio Jiménez, Valle de Bravo		
Descripción del atractivo:	Muestra piezas de las culturas prehispánicas que habitaron en la región de Valle de Bravo. También presenta exposiciones temporales de fotografía y pintura.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Exposición de piezas y fotografías.				
Observaciones:	El trabajo de museografía es muy bueno.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados.				
Segmento turístico:	Turismo cultural.				

Fuente:elaboración propia



Foto 5.16 Culturas prehispánicas de la región

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	La Peña	UTM:	X=380075.86602207867 Y=2123554.4157968154 Zona=14		
Vía de acceso:	Calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Natural.		
Cómo llegar:	Por la Av. Fray Gregorio Jiménez o la Av. Juárez, seguir señalamientos, hasta la caseta de entrada.	Señalética	Sobre la Av. Fray Gregorio Jiménez y Av. Juárez.		
		Tipo de ingreso:	Entrada \$10° pesos	Tiempo de visita	40 minutos.
		Dirección :			
Descripción del atractivo:	Es uno de los símbolos de Valle, se encuentra a 10 minutos de la Plaza principal, es un peñasco de gran altura que en la época prehispánica fue habitado por los matlatzincas, actualmente en la cima hay es un hermoso mirador desde el que se puede ver la panorámica espectacular de la presa y el pueblo. Cuenta con estacionamiento y baños.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Recorridos guiados, observación y toma de fotografías				
Observaciones:					
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados.				
Segmento turístico:	Todos los segmentos.				

Fuente: elaboración propia



Foto 5.17 La Peña, uno de los símbolos de Valle



Foto 5.18 Vistas panorámicas

Ficha de identificación de recursos y atractivos

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Mercado de artesanías	UTM:	X= 381037.69182382774 Y= 2123146.1816071775 Zona=14		
Vía de acceso:	Calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Cultural, compras.		
Cómo llegar:	Ubicado a cuatro calles de la Plaza principal, sobre la Av. Juárez.	Señalética	Sobre la Av. Av. Juárez y en la Plaza Principal.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	40 minutos.
		Dirección :	Av. Juárez s/n Centro Histórico, Valle de Bravo.		
Descripción del atractivo:	Fue construido en 1984, con el objetivo de proteger, fomentar y difundir las artesanías de los artesanos vallesanos. Hay una gran variedad de artesanías típicas de la región como cerámica de barro vidriado, hierro forjado, tejidos, bordados, deshilados, cerámica de alta temperatura y cestería de ocoxal.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Recorridos guiados, compra de artesanías.				
Observaciones:	Abierto todos los días del año de lunes a viernes de 10:00 a 19:00 horas; sábados, domingos, días festivos y vacaciones de 10:00 a 20:00 horas.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados.				
Segmento turístico:	Cultural y compras.				

Fuente: elaboración propia



Foto 5.19 Mercado de artesanía



Foto 5.20 Variedad de artículos y formas

s

Ficha de identificación de recursos y atractivos Valle de Bravo

Ficha de identificación de recursos y atractivos Valle de Bravo					
Nombre con el que se identifica:	Plaza Mazahua	UTM:	X=380909.6811742091 Y= 2123371.511530704 Zona= 14		
Vía de acceso:	Calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Cultural, compras.		
Cómo llegar:	Ubicado a cuatro calles de la Plaza principal, sobre la Av. Juárez.	Señalética	Sobre la Av. Av. Juárez y en la Plaza Principal.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	20 minutos.
		Dirección :	Av. Juárez s/n Centro Histórico, Valle de Bravo.		
Descripción del atractivo:	Frente al Mercado de Artesanías los artesanos mazahuas exhiben y ofrecen las artesanías que elaboran, destacando la confección, bordado y deshilado de prendas textiles				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Recorridos guiados, compra de artesanías.				
Observaciones:	Abierto diariamente 11:00 a 19:00 horas.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados.				
Segmento turístico:	Cultural y compras.				

Fuente: elaboración propia



Foto 5.21 Textiles mazahuas

ropia

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Centros ceramistas	UTM:	X=381133.63981614937 Y=2123284.341140733 Zona=14		
Vía de acceso:	Calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Cultural, compras.		
Cómo llegar:	Ubicado a cinco calles de la Plaza principal, sobre la Av. Juárez y a una cuadra del Mercado de Artesanías.	Señalética	Sobre la Av. Juárez.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	60 minutos.
		Dirección :	Calle Alfareros, Centro Histórico, Valle de Bravo.		
Descripción del atractivo:	En la Calle de Alfareros, están varios centros ceramistas se puede ver la elaboración y adquirir piezas hechas a mano por alfareros locales.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Recorridos guiados, compra de artesanías.				
Observaciones:	Cada taller tiene diferentes horarios.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados.				
Segmento turístico:	Cultural y compras.				

Fuente: elaboración propia



Foto 5.22 Alfarero

Ficha de identificación de recursos y atractivos

Ficha de identificación de recursos y atractivos					
Nombre con el que se identifica:	Mirador La Cruz	UTM:	X= 381568.2148981175 Y= 2122457.0219134167 Zona=14		
Vía de acceso:	Calles en buen estado.	Tipo de atractivo:	Mirador.		
Cómo llegar:	Ubicado a tres calles de la Plaza principal.	Señalética	Sobre la Av. Juárez.		
		Tipo de ingreso:	Libre	Tiempo de visita	60 minutos.
		Dirección :	Calle Alfareros, Centro Histórico, Valle de Bravo.		
Descripción del atractivo:	Es un espléndido mirador con una vista de 180 grados, se pueden ver la presa, el pueblo y el bosque, ideal para tomar fotografías y observar la puesta de sol.				
Actividades que se realizan en el atractivo:	Recorridos guiados.				
Observaciones:	Tiene potencial para realizar eventos artísticos.				
Actividades turísticamente posibles:	Recorridos guiados, toma de fotografías.				
Segmento turístico:	Todos los segmentos.				

Fuente: elaboración propia



Foto 5.23 Mirador La Cruz

5.3 Evaluación de la oferta de hospedaje.

Valle de Bravo tiene una gran oferta de hospedaje, tanto en cantidad, como en variedad de tipos de hospedaje, categorías y tarifas, a continuación se presenta el inventario que realizó la Dirección de Turismo Municipal en el año 2013.

Es importante señalar que las empresas se encuentran en las diferentes zonas del destino, como el Centro Histórico, Avándaro, Colorines y en la Reserva de Monte Alto.

HOTELES			
NOMBRE	CORREO O SITIO WEB	DIRECCION	TELEFONO
HOTEL AVANDARO & SPA GOLF		VEGA DEL RIO S/N	(726) 26 6 03 70
EL SANTUARIO	HOTEL	CARR. COLORINES KM.405	(726) 26 2 91 00
RODAVENTO	HOTEL	KM 3.5 VALLE DE BRAVO-LOS SAUCOS	(726) 25 1 41 82
MISION REFUGIO DEL SALTO	HOTEL	FONTANA BRAVA S/N	(726) 26 6 27 53
EL REBOZO	HOTEL	CIRCUITO AVANDARO KM 6.5	(726) 26 2 65 59
PARADOR AVANDARO	reservaciones@paradoravandaro.com	VEGA DEL CAMPO #19	(726) 26 6 03 27
ALMA DE 7 LUNAS	HOTEL	www.almade7lunas.com.mx	(726) 26 6 18 66
BEETHOVEN	HOTEL	SAN ANTONIO #63	(726) 26 2 58 98
BOUTIQUE CASA VALLE	HOTEL	VEGA DEL VALLE #24	(726) 26 6 27 47
BRINCO DE LAS RANAS	ventas@hotelbrincodelasranas.com	CARR. VALLE- COLORINES S/N	(726) 26 6 80 00
BRISAS DEL LAGO	reservaciones@brisasdelago.com	RINCON DE LAS ESTRELLAS	(726) 26 6 51 84
BUGAMBILIAS	lasbugambiliavalle@hotmail.com	16 DE SEPTIEMBRE #406	(726) 26 2 19 66
CASA ABIERTA	casaabiertavalle@yahoo.com.mx	COLISEO #107 ESQ. NICOLAS BRAVO	(726) 26 2 51 90
CASA NUEVA	HOTEL	PLAZA INDEPENDENCIA ESQ. VILLAGRAN	(726) 2621766
CASTILLO DEL REY	resrvaciones@castillodelrey.com.mx	CDA. EL SIMULADOR CARR A COLORINES	(726) 26 2 11 23
CHAIS	hotelchais1950@hotmail.com	SAN GASPAR CARR. A COLORINES	(726) 26 2 04 17
CIPRES	edithmore69@yahoo.com.mx	AMADO NERVO #8	(726) 26 2 01 53
DALINDA BOUTIQUE	HOTEL	16 DE SEPTIEMBRE #102	(726) 26 2 65 72
DANZALUNA	reservaciones@danzaluna.com	PANORAMICA #80	(726) 26 2 10 57
EL ARCO	HOTEL	EL ARCO	(726) 26 2 34 47
EL ESTRIBO	HOTEL	CAMINO STA TERESA KM 18	(0155) 10 18 30 43
EL PUEBLITO	HOTEL	AV. DEL CARMEN S/N	(726) 26 6 09 50
HOTEL DEL CENTRO	HOTEL	PLAZA INDEPENENCIA	(045) 722 581 28 83
ISSEMYM	hotellisemymvalledebravo@	INDEPENDENCIA #404	(726) 26 2 00 68
IXTLAN	hotelixtlan@hotmail.com	AV. JUAREZ #519	(045) 722 387 05 93
LA ARBOLEDA	hotellaarboleda@hotmail.com	RINCON DE LAS ESTRELLAS S/N	(726) 26 2 04 74
LA CAPILLA	reservaciones@lacapilla.com.mx	INDEPENDENCIA S/N	(726) 26 2 11 26
LA CASA DEL LAGO	HOTEL	SAN SEBASTIAN #207	(045) 722 468 96 07
LA CASA DEL RIO	HOTEL	lacasadelrio.com	(0155) 52 81 33 88
LA CUEVA DEL LEON	unicornio.mistico@hotmail.com	PLAZA INDEPENDENCIA #305	(726) 26 2 13 61
LA JOYA DEL VIENTO	HOTEL	www.lajoyadelviento.com	(726) 26 6 17 82

LAS CABALLERIZAS	HOTEL	AV. VEGA DEL LLANO #1	(726) 26 6 07 57
LAS CASCADAS	lascascadashotel@hotmail.com	MIGUEL HIDALGO #202	(726) 26 2 39 57
LAS LUCIERNAGAS	HOTEL	www.lasluciernagas.com.mx	(726) 26 2 11 86
LAS ORQUIDEAS	HOTEL	AV. JUAREZ #200 PA	(726) 2 36 04
LAS ORQUIDEAS DE LA PEÑA	HOTEL	CALLE DEL TAMBOR #74 LA PEÑA	(726) 26 2 42 05
LAS PIÑAS	HOTEL	AV VEGA DE LAS FLORES	(726) 26 6 26 46
LOS ARCOS	hotellosarcos@live.com	F.G. BOCANEGRA #310	(726) 26 2 01 68
LOTO AZUL	HOTEL	AV. TIZATE S/N	(726) 26 2 01 57
MESON DE LEYENDAS	mleyendas@gmail.com	F.G. BOCANEGRA #405	(726) 26 2 44 14
MORADA DE PAZ	reservaciones@hotelmoradadepaz.com	CAMINO COLORINES KM. 5	(726) 26 2 19 20
PUESTA DEL SOL	toluzat@yahoo.com.mx	CALZADA STA MARIA #119	(726) 26 2 24 72
PUNTA DIAMANTE	HOTEL	CERRADA DEL SIMULADOR #3	(726) 26 2 63 06
RANCHO LAS MARGARITAS	HOTEL	CARR.VALLE-MONUMENTO KM 10	(726) 26 2 53 77
SAN JOSE	mary.carmeng@hotmail.com	CALLEJON SAN JOSE #103	(726) 26 2 09 72
SUITES EN LA MONTAÑA	HOTEL	CALLE FONTANA LUZ #110	(726) 26 6 10 94
TIERRAS BLANCAS	hoteltierrasblancas@hotmail.com	CALLE TIERRAS BLANCAS S/N	(726) 26 2 18 37
TONANCALLI	hoteltonanalli@live.com.mx	F.G. BOCANEGRA #312	(726) 26 2 00 78
VALLE DE BRAVO	hotelvalledebravo@hotmail.com	CARR. VALLE DE BRAVO	(726) 26 6 30 31
VALLE DORADO	valledorado1@hotmail.com	CALLE SAN PABLO	(726) 26 2 14 36
VILLAS PARAISO	HOTEL	CARR.VALLE-COLORINES KM. 4.5	(726) 26 2 36 04

CABAÑAS

ALPINAS (LOPEZ FUENTES)	CABAÑA	CARR. LOS SAUCOS "entrada al trompillo"	(045) 722 263 02 40
ANSEI	CABAÑA	VEGA DEL BOSQUE L.T. 4	(726) 26 6 04 20
BELLA VISTA	CABAÑA	AV. FONTANAS S/N VALLE VERDE	(726) 26 2 05 09
BUNGALOS AVANDARO COURTS	CABAÑA	AV.FONTANAS No.115	(726) 26 6 14 15
BUNGALOS EL MANGUITO	CABAÑA	CONJUNTO EL MANGUITO	(726) 26 2 24 74
CABAÑAS DEL CANADA	CABAÑA	CARR VALLE-LOS SAUCOS	(726) 26 6 11 33
CASA DE CAMPO DE AGUSTIN	CABAÑA	www.ranchodelagustin.com	(726) 25 1 30 01
EL CIPRES	CABAÑA	CALLE EL CIPRES FRENTE AL SIMULADOR	(726) 26 2 44 58
EL ESTRIBO	CABAÑA	CAMINO A STA. TERESA KM 1.8	(044) 551 018 30 43
EL JAPONES	CABAÑA	ATARDECER ESQ. SAN VICENTE	(726) 26 2 19 45
EL SOL	CABAÑA	ROSALES ESQ. VEGA DEL LLANO S/N	(726) 26 6 02 95
JAW	CABAÑA	CAR. VALLE-MONUMENTO	(726) 26 2 09 86
LA CABAÑA	ego_lop@hotmail.com	UTA DEL BOSQUE No. 112	(045) 722 390 13 48
LA JOYA DEL LAGO	CABAÑA	FONTANA ROSA #158	(726) 26 6 12 70
LA MONTAÑA	CABAÑA	AV. FONTANA S/N AVANDARO	(726) 26 2 71 65
LAS CATARINAS	CABAÑA	CARR. EL MANGUITO #154	(726) 26 9 62 96
LAS LAGARTIJAS	CABAÑA	EL ARCO A 500 MTS DE LA GAS	(726) 26 2 04 45
LAS MONTAÑAS AZULES	CABAÑA	CAMINO A LA MONTAÑA S/N AVANDARO	(726) 26 6 20 67
MONTE ALTO	CABAÑA	CALLE DEL ROBLE S/N MONTE ALTO	(726) 26 6 24 46
MONTES DE OCA	CABAÑA	MANUEL P. ARCHUNDIA No 101 STA MARIA	(726) 26 2 11 33
RANCHO LAS JOYAS	resepccion@rancholasjoyas.com	MESA DE JAIMES S/N	(726) 26 2 44 08
REVI INN	revi_inn@hotmail.com	FONTANA LUZ No.10	(726) 26 6 10 89
RINCON DE LAS AVES	resepccion@rancholasjoyas.com	MESA DE JAIMES S/N	(726) 26 2 44 09
SANTA MARIA	CABAÑA	5 DE MAYO #321	(045) 722 367 78 66
TAOS	CABAÑA	CERRADA VICTORIA #7	(045) 555 104 12 99
VICKY	CABAÑA	AV. DEL CARMEN S/N	(726) 26 6 26 59
VILLAS AVANDARO	reservacionesvillas@yahoo.com.mx	FONTANA RICA No. 3	(726) 26 6 03 25
VILLAS DEL SOL	CABAÑA	CARR. VALLE - AMANALCO KM. 62.5	(044) 558 581 80 29

POSADAS

16 DE SEPTIEMBRE	posada16deseptiembre@yahoo.com	16 DE SEPTIMBRE #417 INT 3	(726) 26 2 12 22
AMELIA	POSADA	PAGAZA #322	(726) 26 2 15 64
ANTHURIOS	POSADA	16 DE SEPTIEMBRE	(726) 26 2 04 90
AVE DE PARAISO	POSADA	CERRADA AVE DE PARAISO S/N	(726) 26 2 13 72
BELLAVISTA	POSADA	CARR. ELMANGUITO #137	(726) 26 2 05 09
BUGAMBILIAS DEL CENTRO	POSADA	F.G. BOCANEGRA #101	(726) 26 2 19 66
CASA VIEJA	posadacasavieja@yahoo.com.mx	AV. JUAREZ #101	(726) 26 2 03 38
CENTRICA	POSADA	F.G. BOCANEGRA #104	(726) 26 2 07 44
CHELITA	poschelita@hotmail.com	16 DE SEPTIEMBRE #506	(726) 26 2 26 09
DOÑA ROSITA	POSADA	BUGAMBILIAS #1	(726) 26 2 28 89
DORIS	POSADA	16 DE SEPTIEMBRE #415	(726) 26 2 21 82
EL CAMPANARIO	POSADA	F.G. BOCANEGRA #104	(726) 26 9 63 58
EL PALENQUE	POSADA	VILLAGRAN #104	(726) 26 2 07 66
EL PUEBLITO	POSADA	AV. JUAREZ #100	(726) 26 2 24 53
EL VERGEL	rogerpuma@live.com.mx	CALLE DEL VERGEL #313	(726) 26 2 11 04
FERNANDA'S	POSADA	CALLE INDEPENDENCIA #502	(726) 26 2 02 55
FOUCHE	POSADA	AV. TOLUCA No. 221	(726) 26 2 28 65
HOSTAL DE PAOLA	POSADA	JUAN HERRERA Y PIÑA #134	(726) 26 2 71 01
LA ESCONDIDA	david.caballero_1986@hotmail.com	VALLE DE BRAVO	(045) 722 115 55 85
LA ESTANCIA DEL BOHEMIO	POSADA	PANORAMICA ESQ. NICOLAS BRAVO	(726) 26 2 52 24
LA RUSTICA	POSADA	CARR VALLE - COLORINES	(726) 26 6 52 20
LAGO AZUL	POSADA	CERADA INDEPENDENCIA No. 18	(726) 26 2 64 72
LOS GIRASOLES	POSADA	PLAZA INDEPENDENCIA #1	(726) 26 2 29 67
MARY	POSADA	PLAZA INDEPENDENCIA #1	(726) 26 2 42 61
NELY	POSADA	16 DE SEPTIEMBRE #501	(726) 26 2 21 38
NUESTRA SEÑORA DE LA LUZ	POSADA	J.A. PAGAZA #302	(726) 26 2 61 91

POSADA DEL BOSQUE	POSADA	FONTANA LINDA #11 AVANDARO	(726) 26 6 11 25
POSADA DEL CENTRO	POSADA	F.G. BOCANEGRA #103	(726) 26 2 11 33
REAL DEL VALLE	posadarealvalle@hotmail.com	DURANGO #204	(726) 26 2 10 19
RINCON VILLA DEL VALLE	POSADA	CALLE NOCHEBUENA #7	(726) 26 2 43 91
SAMUEL CABALLERO CHAMORRO	POSADA	F.G. BOCANEGRA #101	(726) 26 2 22 13
SAN LUIS	POSADA	PORFIRIO DIAZ #101	(726) 26 9 61 97
SI SI AQUÍ ES	POSADA	CARR. AMANALCO	(045) 722 100 47 38
VALLE DE ENSUEÑO	POSADA	NICOMEDES MANCILLA No.201	(726) 26 2 07 06

El resumen del inventario de la oferta de hospedaje es:

Tipo de hospedaje	Establecimientos
Hoteles	51
Cabañas	28
Posadas	34

La oferta disponible es de aproximadamente 1,400 habitaciones, mismas que son adecuadas para los diferentes segmentos que visitan el destino.

Actualmente la pernocta promedio es de dos noches a la semana, y el porcentaje de ocupación del destino en fines de semana es de 60%. Para las condiciones actuales del destino, la oferta es suficiente, inclusive se considera que no requiere incrementarse en los próximos años.



Foto 5.24 Oferta de hospedaje fuera del pueblo



Foto 5.25 Hospedaje en Centro histórico

5.4 Especificación de la oferta complementaria

▪ **Oferta gastronómica**

Una de las fortalezas de Valle de Bravo es la variedad y calidad de establecimientos de alimentos y bebidas, destaca la comida mexicana con cocina poblana, oaxaqueña, yucateca, norteña, veracruzana, y platillos como pozole, carnitas, barbacoa, pescados y mariscos, truchas y las famosas pizzas, sin olvidar el pan, galletas, pasteles y bebidas como chocolate, atole, champurrado y los diferentes tipos de café.

La cocina internacional también tiene una importante oferta en el destino, comida italiana, española, japonesa, francesa, suiza, china y mediterránea.



Foto 5.26 Restaurantes en la presa



Foto 5.27 Variedad de establecimientos

El siguiente inventario lo realizó la Dirección de Turismo Municipal en el año 2013:

RESTAURANTES			
RESTAURANTE	TIPO DE COCINA	DIRECCION	TELEFONO
ALFREDO	RESTURANTE	FRAY G. J. DE LA CUENCA #127	(726) 26 2 32 01
ALMA EDITH	RESTAURANTE	5 DE FEBRERO #201	(726) 26 2 50 01
ANTIGUA	INTERNACIONAL Y COCTELERIA	J.A PAGAZA #500	(726)26 2 46 42
ANTOJITOS YUCATECOS	COMIDA YUCATECA	AV. DEL CARMEN F-33 6	(55) 46 20 26 31
ARENAS SUSHI	FUSION COMIDA ORIENTAL	CALZ. STA. MARIA #128	(726) 26 2 38 53
ASADOS DE ABEL	CARNE DE JABALI	AV. DEL CARMEN # 12	(045) 771 714 40 68
BRAVISSIMO PUB & GRILL	INTERNACIONAL	FCO. GLEZ. BOCANEGRA #316	(726)26 2 38 15
CARLOS REYNOSO "BARBACOA"	VALLESANA	JUAN HERRERA Y PIÑA #106	(726)26 2 70 75
CHEF FRANCIS	COMIDA FRANCESA	AV. DE LOS ROSALES LOC. 13-D	S/N
CHILE, MOLE, POZOLE	MEXICANA	KIOSCO PLAZA VALLE	(726) 26 2 28 53
CIENTO ONCE	ARTESANAL ESPAÑOLA	CZA. STA. MA. #111	(726)26 2 56 47
DA CIRO	ITALIANA	VERGEL #201	(726) 26 2 01 22 / 26 2 14 78
DIPAO AVANDARO	RESTAURANTE	AV. DE LAS VEGAS #7	(726) 26 6 12 33
DIPAO VALLE DE BRAVO	RESTAURANTE	J.A. PAGAZA #100	(726) 26 2 29 65 / 26 2 16 88
EL BALCON DE REGIS	MEXICANA	AV. JUAREZ #207 P.A.	(045) 722 600 21 70
EL JARDIN DE LA PARRILLA	RESTAURANTE	J.A PAGAZA #204	(726) 26 2 22 54
EL POCITO	COMEDOR FAMILIAR	J.A. PAGAZA #202	(726)26 9 62 94
EL PORTAL	RESTAURANTE-BAR-LOUNGE	PLAZA INDEPENDENCIA#101	(726) 26 2 06 23
EL RINCON SUIZO	COMIDA SUIZA	LA COSTERA #241	(726) 26 2 17 73
I GIORGIO	RESTAURANTE	FCO. GLEZ. BOCANEGRA #310	(045) 722 147 95 33
LA Balsa	RESTAURANTE-BAR	EMBARCADERO MUNICIPAL S/N	(726) 26 2 25 53
LA CASA DE GEORGE	CHINA	HIDALGO #208	(726) 26 2 64 55
LA CATRINA	RESTAURANTE BAR	J.A. PAGAZA #506	(726) 26 2 17 64
LA CRUZ DE VALLE	INTERNACIONAL	RUTA DEL BOSQUE #17	(726) 26 6 03 91
LA CUEVA DEL LEON	RESTAURANTE-BAR	PLAZA INDEPENDENCIA #2	(726) 26 2 40 62
LA HERENCIA	RESTAURANTE	J.A. PAGAZA #100	(726) 26 2 05 16
LA MEZCA DE VALLE	RESTAURANTE,MEZCALERIA	FCO. GLEZ. BOCANEGRA #305	(726) 26 2 72 00
LA MICHOACANA	RESTAURANTE	CALLE DE LA CRUZ #100	(726) 26 2 02 99 / 26 2 16 25
LA OVEJA NEGRA	NACIONAL E INTERNACIONAL	SAN VICENTE ESQ. ATARDECER	(726) 26 2 29 42
LA TABERNA DE VALLE	ITALIANA	FRAY G. J. DE LA CUENCA #237	(726) 26 2 42 13 / 26 2 42 12
LA TERRAZA	RESTAURANTE	CLUB DE VELA STA. MARIA #201	(726) 26 2 10 12
LAGARTOS BAR	RESTAURANTE	FRAY G. J. DE LA CUENCA	(726) 26 2 09 86
LAS 3 VIRGENES	MEXICANA	CARRETERA LOS SAUCOS KM 5.5	(045) 722 140 45 45
LE BODOCUA	INTERNACIONAL	CARRETERA AL MANGUITO S/N	(726) 26 2 58 18
LOS HELECHOS	RESTAURANTE-BAR	J.A. PAGAZA #200	(726) 26 2 28 35
LOS PERICOS	RESTAURANTE	EMBARCADERO MUNICIPAL S/N	(726) 26 2 05 58 / 26 2 57 75
LOS VELEROS	RESTAURANTE BAR	SALITRE #104	(726) 26 2 03 70
MIO	MEDITERRANEO	SAN PEDRO PESCADOR S/N	(726) 26 2 29 03
NA HA EL SANTUARIO	RESTAURANTE BAR	CARRETERA A COLORINES KM 45	(726) 26 2 91 00
PARAISO	RESTAURANTE	FRAY G. J. DE LA CUENCA S/N	(726) 26 2 47 31
ROSER	MEDITERRANEA	CALZ. STA. MARIA #118	(726) 26 2 16 19
SOLEADO	DEL MUNDO	J.A. PAGAZA #312	(726) 26 2 58 31
SUSHI OSHI	JAPONESA	PLAZA VALLE LOC. 15 P.A.	(726) 26 2 20 72
TRATTORIA TOSCANA	ARTESANAL	RINCON SAN VICENTE #17-A	(726) 26 2 23 77
VE	COMIDA ESPAÑOLA	AV. DEL CARMEN # 9	(726) 26 6 29 03
WATEKE	RESTAURANTE	AV.TOLUCA #214	(726) 26 2 49 01
YU - FENG	CHINA	5 DE FEBRERO	(726) 26 2 23 72
MARISCOS	TIPO DE COCINA	DIRECCION	TELEFONO
EL LOBITO	MARISCOS	EL ARCO 1, EL ARCO 2	(726) 26 6 51 02 / 26 6 50 49
EL LOBO	MARISCOS	SALITRE ESQ/COSTERA	(726) 26 2 68 21
KEIKO	OSTIONERIA	FRAY G. J. DE LA CUENCA	(045) 722 23 9 95 82
LA PALAPA	MARISCOS	EL ARCO S/N	(726) 26 6 52 72
LOS TRES ARBOLES BUFFET	MARISCOS	HIDALGO #217	(045) 722 173 88 36
PANCHO	MARISCOS	NICOLAS BRAVO #202	(726) 26 2 58 82
PIZZA	TIPO DE COCINA	DIRECCION	TELEFONO
CHALIS	PIZZA'S	EL CORRALON S/N	(045) 722 501 32 59
CRONCH	PIZZA'S	F.G. BOCANEGRA #201	(726) 26 2 30 34
DOÑA FIDE	PIZZA'S	16 DE SEPTIEMBRE #404	(726) 26 9 60 72
DOÑA FIDE	PIZZA'S	F.G.J. DE LA CUENCA #120	(726) 26 2 32 01
DOÑA FIDE	PIZZA'S	JUAN HERRERA Y PIÑA	(726) 26 2 00 32
LA SISSILIANA	PIZZA'S	VERGEL #201	(726) 26 2 01 22
PIOLA	PIZZA'S	CALZ. STA. MARIA #120	(726) 26 2 07 89
PIOLA AVANDARO	PIZZA'S	AV. DEL ROSAL # 13 AVANDARO	(726) 26 6 27 07
ROMANI	PIZZAS, PASTAS, ENSALADAS	NICOLAS BRAVO ESQ. HIDALGO	(726) 26 2 64 08
RUSTICA	PIZZA'S	F.G.J. DE LA CUENCA	(726) 26 2 40 81
SAL SIPUEDES	PIZZAS A LA LEÑA	PLAZA VALLE LOC.19 P.A.	(726) 26 2 04 42
SNACK CAFÉ PANINO	PIZZA'S	MONTE ALEGRE #105	(726) 26 2 36 57
TRATTORIA TOSCANA	PIZZA'S A LA LEÑA	SAN VICENTE #17	(726) 26 2 23 77
TRUCHAS / PESCADERIA	TIPO DE COCINA	DIRECCION	TELEFONO

EL TAPATIO	TRUCHAS	RINCONADA SAN VICENTE #2	(726) 26 2 66 56
RANCHO FESHI	TRUCHAS	AMANALCO KM 46	(726) 25 1 00 83
RANCHO PISCICOLA	TRUCHAS	AV. JUAREZ #309	(726) 262 63 31
TRUCHA AHUMADA ARCOIRIS	TRUCHAS	S/N	(045) 722 371 57 36
TRUCHA ARCOIRIS VIVA	TRUCHAS	JUAN HERRERA Y PIÑA FRENTE AL EDAYO	S/N

CAFETERIAS			
NOMBRE	CATEGORIA	DIRECCION	TELEFONO
ARAWI	CAFETERIA	COLISEO # 101	(726) 26 2 25 57
CAFÉ IXY	CAFETERIA	AV. JUAREZ # 200	(726) 26 9 60 76
CAOS CAFÉ	EXPENDIO Y TOSTADOR FINOS	CALZADA STA. MARIA # 139 - A	(726) 26 2 09 87
DULCE DE LECHE CAFFEE	CREPAS - SMOOTHIES	INDEPENDENCIA # 201	(045) 722 291 57 32
II CAFETTO	CAFETERIA	J.A. PAGAZA #106	(726) 26 2 33 57
ITALIK CAFÉ	CAFETERIA Y PASTELERIA FINA	COLISEO # 104	S/N
MACONDO	CAFETERIA Y CROISSANTS	PLAZA VALLE FRENTE AL CINE	(726) 26 2 19 24
SAL SI PUEDES	COFFEE - BAR	PLAZA VALLE LOC. 19 PA	(726) 26 2 04 42

El resumen de la oferta gastronómica considerada turística es:

Tipo establecimiento	Número
Restaurantes comida mexicana e internacional	47
Pescados y mariscos	6
Pizzerías	13
Truchas	5
Cafeterías	8

▪ **Agencias de viajes receptivas**

En el destino actualmente están operando tres empresas de este tipo:

- DMC Valle de Bravo www.ocvvalledebravo.com.mx
- Vive Valle www.vivevalle.com.mx
- Expresso Valle de Bravo www.expressovalledebravo.com.mx

Entre los servicios que ofrecen están: hospedaje, transportación, restaurantes, actividades, recorridos, guías, paquetes turísticos y organización de eventos.

▪ **Oficinas de información**

La Dirección de Turismo Municipal tiene tres Módulos de Información Turística, que están ubicados en el Muelle Municipal, el Mercado de Artesanías y la Plaza Principal.

El que tiene la instalación más adecuada, es el ubicado en el Muelle y cuenta con mucha información y folletería de prestadores de servicios turísticos de todo tipo.

Tienen un horario de 10 a 17 horas diariamente.

▪ **Guías turísticos**

Por las características del destino, los guías trabajan en las empresas que ofrecen actividades ligadas a la naturaleza (senderismo, bicicleta de montaña, cabalgata, recorridos a cascadas y bosque) a la aventura (vuelo en parapente, ala delta, escalada) y acuáticas (kayak, lanchas, sky, remo, velero, yates).

- **Empresas de servicios de turismo especializado (cultural, reuniones, aventura, termalismo, etc.)**

Valle de Bravo tiene una excelente oferta de actividades ligadas a la naturaleza, aventura y acuáticas. El inventario que realizó la Dirección de Turismo Municipal en el año 2013 es:

VUELOS EN PARAPENTE			
NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD	DIRECCION	TELEFONO
ALAS DEL HOMBRE	VUELOS EN PARAPENTE	PLAZA VALLE LOC. 22	(726) 26 2 63 82
PARAGLIDING VALLE	VUELOS EN PARAPENTE	FRAY G. J. DE LA CUENCA	(726) 26 2 66 80
TIO AVENTURA	VUELOS EN PARAPENTE	PLAZA INDEPENDENCIA LOC. C	(726) 26 2 16 85
VALLE INTREPIDO	ESCUELA DE VUELO	AMEYAL # 2	(726) 26 2 57 63
VALLE PRO FLY	VUELOS EN PARAPENTE	LA COSTERA	(726) 26 2 73 29
VUELO LIBRE FLY MEXICO	VUELO ALA DELTA	5 DE MAYO # 111	(726) 26 2 00 48
CABALGATAS			
NOMBRE	ACTIVIDAD	DIRECCION	TELEFONO
CABALLERIZAS CIEN AÑOS	CABALGATAS - EQUITACION	AVANDARO, CASAS VIEJAS	(045) 722 239 31 49
VALLE DE CABALLOS	CABALGATAS - EQUITACION	RANCHO EL REENCUENTRO	(726) 26 2 44 14
BICI Y MOTOS			
NOMBRE	ACTIVIDAD	DIRECCION	TELEFONO
CLETAS VALLE	BICICLETA DE MONTAÑA	16 DE SEPTIEMBRE #200	(726) 26 2 05 92
MOTOS Y CUATRIMOTOS	RENTA	AV. LOS ROSALES #14	(726) 26 6 12 43
OSCAR TE LA RENTA	RENTA DE MOTOS	AV. DEL ROSAL S/N	(726) 26 6 17 78
PABLO'S BIKES	BICICLETA DE MONTAÑA	AV. DEL CARMEN S/N	(726) 26 6 95 25
SOLO BICI	BICICLETA DE MONTAÑA	SAN VICENTE #7	(726) 26 2 17 43
PASEOS EN LANCHAS, YATE, SKI, VELEROS			
NOMBRE	ACTIVIDAD	DIRECCION	TELEFONO
COOPERATIVA RINCON SOÑADO	PASEOS EN LANCHAS	AMEYAL S/N	(045) 722 394 18 19
COOPERATIVA ZIHUAQUI	PASEOS EN LANCHAS	SALITRE S/N	S/N
FIESTA VALLE	PASEOS EN YATE	EMBARCADERO MUNICIPAL S/N	(726) 26 2 05 58
MARINA ACATLAN	PASEOS EN LANCHAS, VELEROS	AMEYAL S/N	(726) 26 2 32 19
STAND UP PADDLE	RENTA DE TABLAS	PLAZA VALLE LOCAL 3	(726) 26 2 05 14
VIENTO EN POPA	CLASES DE VELA	S/N	(726) 26 2 31 77
YATE CRISTAL	PASEOS EN YATE	EMBARCADERO MUNICIPAL S/N	(726) 26 2 14 69
GOTCHA Y GO KART'S			
NOMBRE	ACTIVIDAD	DIRECCION	TELEFONO
CAMPO DE TIRO	ARMAS DE AIRE	RINCON DE ESTRADAS #104	(045) 722 498 05 32
ESCALADA EN ROCA	RAPPEL	S/N	(045) 722 546 79 80
GOTCHA VALLE DE BRAVO	GOTCHA	CALLE OYAMELES ESQ. FONTANAS	S/N
KARTODROMO	GO KART'S	KM. 27.5 CARR. TOLUCA-VALLE DE BRAVO	(726) 25 1 40 89
PREDADORES ARQUERIA	TIRO CON ARCO	AV. DEL CARMEN S/N	(726) 26 6 06 04
REPUBLICA GOTCHA	GOTCHA	CARR. TOLUCA-LOS SAUCOS KM 25	S/N
CAMPAMENTOS			
NOMBRE	ACTIVIDAD	DIRECCION	TELEFONO
DANTON CANUT	CAMPAMENTO	AV. TOLUCA # 436	(726) 26 2 05 88
DAY CAMP	CAMPAMENTO	CUADRILLA DE DOLORES S/N	01 (55) 51 09 23 32
GRANJA TIZOC	CAMPAMENTO	CALLE DE LA MORA	(726) 26 2 04 75
ICAROS	CAMPAMENTO	CARR. A TEMASCALTEPEC	1800942277
KIDS CLUB RODAVENTO	CAMPAMENTO	KM 3.5 CARR LOS SAUCOS	(726) 25 1 41 82
LAGO Y TIERRA	CAMPAMENTO	MESA DE JAIMES	(726) 26 6 11 18
MONTE ALTO	CAMPAMENTO	CERRO DE MONTE ALTO	(045) 722 411 24 94
MUUU! MI GRANJITA	CAMPAMENTO	S/N	(045) 722 377 47 74
NATURE	CAMPAMENTO	CUADRILLA DE DOLORES	(726) 25 1 40 03
PIPIOLTEPEC	CAMPAMENTO	STA. MARIA PIPOLTEPEC	(01) 555 540 03 60
RANCHO MATEOS	CAMPAMENTO	CAMINO A ACATITLAN	(726) 26 6 15 81
VALLE VERDE	CAMPAMENTO	BARRANCA SECA #126	(045) 722 217 43 31

El resumen de las empresas especializadas en actividades ligadas a la naturaleza es:

Actividad	No de empresas
Vuelo en parapente o ala delta	6
Cabalgatas	2
Bicicleta de montaña y motos	5
Paseos en lancha, yate, veleros	7
Escalada, gotcha, tiro con arco y rifle de aire	6
Campamentos	12



Foto 5.28 El vuelo en ala delta, símbolo de Valle

La oferta de turismo especializado es una de las mayores fortalezas del destino, generan mayor estancia, gasto y el consumo de servicios complementarios, además de que han posicionado al destino como sede para competencias nacionales e internacionales.

▪ ***Servicios de transporte turístico***

En el destino funcionan varias empresas dedicadas a la transportación turística.

En la modalidad de recorridos turísticos, están dos autobuses llamados Tranvía Chu – Chu acondicionados como trenecitos, para llevar visitantes a La Peña, Mercado de Artesanías, Centro histórico, Iglesia de Santa María Ahuacatlán y Cascada Velo de Novia. Su base es enfrente del Muelle Municipal.

También está la Operadora Expreso Valle, que realiza servicios de transportación a diversos atractivos alrededor del destino y a ciudades como Toluca y México.



Foto 5.29 Recorridos turísticos en transportes especializados

- ***Oferta comercial susceptible de interés turístico (shopping)***

Valle se ha convertido en un destino especializado en tiendas y locales comerciales que ofrecen ropa, artesanía fina, arte, muebles, textiles y artículos suntuarios, las zonas en que se concentran dichos comercios son la Calzada de Santa María, la calle Joaquín Arcadio Pagaza y la entrada al Fraccionamiento Avándaro.

- ***Artesanías***

La herencia matlaltzinca, otomí y mazahua de Valle de Bravo, se refleja en la variedad de artículos que se ofrecen en el Mercado de Artesanías, la Plaza Mazahua, el tianguis ubicado enfrente al Muelle principal y los domingos en el Mercado Municipal.

El destino se ha enriquecido con otras ramas artesanales, como la cerámica de alta temperatura, metalistería, deshilados finos, vidrio y ebanistería entre otras.

Hay una gran variedad de tiendas que ofrecen artesanías, tanto elaboradas por manos locales y regionales, como de otras entidades del país. El tema artesanal es uno de los atractivos que han posicionado al destino, como un lugar con variedad cultural.

- ***Espectáculos nocturnos, etc.***

Existen opciones para disfrutar la vida nocturna, además de los restaurantes, este el Directorio elaborado por la Dirección de Turismo Municipal en el año 2013:

BARES Y DISCOTECAS			
NOMBRE	CATEGORIA	DIRECCION	TELEFONO
1080	BAR	FCO. GONZALEZ BOCANEGRA # 213	S/N
BRAVISSIMO PUB & GRILL	BAR	FCO. GONZÁLEZ BOCANEGRA # 316	(726) 26 2 38 15
COVA SHOTS	BAR	FCO. GONZALEZ OCANEGRA # 211	S/N
EL CAPRICHIO	DANCE HALL	SALITRE # 107	S/N
HALO	BAR	J.A. PAGAZA # 200	(045) 722 498 54 30
LA MEZCA DE VALLE	MEZCALERIA	FCO. GONZALEZ BOCANEGRA # 305	(726) 26 2 72 00
LO/LA	BAR	FCO. GONZALEZ BOCANEGRA # 220	S/N
MONKEY'S	CANTA BAR	FCO. GONZALEZ BOCANEGRA S/N	(726) 26 2 51 82
MORRISON	BAR	FCO. GONZALEZ BOCANEGRA # 207	(726) 26 2 04 80
NAHA EL SANTUARIO	BAR	CARR. A COLORINES KM 45	(726) 26 2 68 86
PACHANGA	BAR	FCO. GONZALEZ BOCANEGRA # 204	S/N
PILA SECA	BAR	CLZA. SANTA MARIA #100	(726) 26 2 34 01
SCALA	CANTA BAR	FCO. GONZALESBOCANEGRA S/N	S/N
TH WINE BAR	BAR	PORFIRIO DIAZ # 101	(726) 26 2 18 78
VHARI CLUB ALEXIA	DISCO	BOCANEGRA S/N	S/N

Esta oferta es parte de la diversificación de actividades que hacen competitivo al destino.

5.5 Factor Humano

Actitudes y sensibilidades de la población local con respecto al turismo y a los turistas.

Para los habitantes de Valle de Bravo, cada día es más evidente que la actividad turística no sólo es importante para los empleados y dueños de empresas turísticas, que significan una parte relevante del mercado laboral en el destino, también se dan cuenta que con la llegada de visitantes y turistas los fines de semana, se activa la economía en todas sus ramas como el transporte y comercio entre las más evidentes.

La actitud de los pobladores es cálida y siempre brindan información a los visitantes.

Identificación de las necesidades de recursos humanos y de capacitación para los diversos subsectores vinculados al turismo.

En un destino tan dinámico como Valle de Bravo, la formación de recursos humanos siempre es un reto, pues las empresas están en constante competencia por los diferentes segmentos de mercado que lo visitan.

Considerando la gran cantidad de establecimientos de hospedaje, así como alimentos y bebidas, la Dirección de Turismo Municipal coordinó durante 2013, la impartición de 30 cursos de capacitación con diversos temas, dirigidos al personal de contacto.

En el segmento de empresas con actividades relacionadas con actividades acuáticas, es necesario diseñar cursos especializados que permitan la profesionalización de los empleados, para avanzar en la cultura de la prevención.

También se requiere que los guías especializados en actividades de aventura y naturaleza, cumplan con los requisitos para certificarse.



Foto 5.30 En 2013 se impartieron más de 30 cursos de capacitación

5.6 Marco institucional, normativo y asociativo.

Evaluación de la estructura institucional pública y su adecuación a las necesidades turísticas y del marco asociativo privado (asociaciones empresariales, profesionales, ONG's). Análisis breve de la normatividad que regula al sector.

La Dirección de Turismo Municipal cuenta con 15 empleados, entre sus acciones está el manejo de los tres Módulos de información turística que hay en el destino, también coordina la impartición de cursos de capacitación, tiene la relación directa con los prestadores de servicios turísticos y con la policía turística.

La estrategia que ha manejó durante 2013, fue “Mejorar la calidad de los servicios turísticos” y para ello trabajó en dos líneas de acción: cultura turística y capacitación.

Los empresarios del destino y la sociedad civil tienen una activa participación en los temas ambiental y turístico del destino, existen diversas asociaciones como:

- Patronato Pro Valle
- Fondo Pro Cuenca de Valle de Bravo
- Observatorio Ciudadano de la Cuenca Valle de Bravo - Amanalco

- Asociación de hoteles y Moteles
- Alianza por el Turismo de calidad
- Consejo de Turismo de reuniones

En el tema de la normatividad, al tener el nombramiento de Pueblo Mágico, Valle de Bravo tiene diversos lineamientos que regulan la actividad turística, entre ellas destaca el Reglamento de Imagen Urbana, que ha permitido mantener una imagen de acuerdo a lo planeado en el Comité Pueblo Mágico, lo que se ve reflejado en la uniformidad de colores, anuncios y señalética que existe en el destino.

Un aspecto muy importante de mencionar, es que la Capitanía de Puerto, es la máxima autoridad para todas las actividades que se realizan en la Presa, responsable de los permisos de navegación y la seguridad.

Para la temporada vacacional de fin de año 2013, aplicó alcoholímetro a los conductores de lanchas, yates y todo tipo de embarcaciones.



Foto 5.31 Capitanía de Puerto, autoridad en la presa

5.7 Accesibilidad y movilidad.

Identificación de las “puertas y canales de acceso” (terrestres, aéreos, marítimos) con respecto a los mercados potenciales e identificación de las carencias. Evolución de las necesidades de conexión del destino con el exterior y de conectividad interna para asegurar una óptima distribución de los flujos.

A partir de que se terminó la autopista de cuota Toluca - Valle de Bravo, que comunica al principal mercado del destino, acercó no sólo a los potenciales visitantes y turistas de la zona metropolitana de la Ciudad de México, también lo acercó a los mercados de la zona centro del país, como son los habitantes de Querétaro, Hidalgo, Tlaxcala, Puebla y Morelos.

Asimismo dicha autopista abre la posibilidad de buscar la conexión con los viajeros que pueden llegar al Aeropuerto Internacional de Toluca, lo que es una puerta a un gran mercado potencial.

Existen cinco líneas de autobuses con servicio regular a la Ciudad de México, todas con diferentes rutas y horarios, lo que permite una adecuada conectividad por transporte público.

En el tema de movilidad dentro del destino, se requiere realizar un estudio para tratar de liberar del intenso tráfico vehicular de sábados y domingos, al centro y calles aledañas, lo que ha restado visitantes y competitividad de las actividades turísticas y comerciales de esa zona de Valle de Bravo.



Foto 5.32 Problemática de tráfico vehicular

5.8 Infraestructuras básicas.

Identificación de los posibles “cuellos de botella” que para el desarrollo turístico pueden significar las carencias en infraestructuras y servicios básicos como: energía, suministro de agua, depuración, residuos sólidos, servicios sanitarios, seguridad.

En general los servicios públicos como agua potable, energía, recolección de residuos sólidos, servicios de salud y seguridad se brindan sin problemas.

Existen varios baños públicos, en el mercado municipal, mercado de artesanías, y el estacionamiento municipal entre otros.

El destino cuenta con varios estacionamiento públicos, el más grande está ubicado enfrente del Muelle Municipal, y cuenta con tres niveles, sanitarios y vigilancia.

En Valle de Bravo hay sucursales bancarias y cajeros automáticos de Banamex, Santander, HSBC, Scotiabank, Banorte, Banco Azteca y Bancomer, lo que ha facilitado que los prestadores de servicios turísticos y comerciantes en general, acepten el pago con tarjetas de crédito y débito.

Un tema que impacta a Valle de Bravo, es que los fines de semana recibe un número importante de población flotante, entre visitantes, turistas y personas que trabajan en diversas actividades comerciales y turísticas, lo que provoca un incremento en los consumos de energía y agua, así como una mayor generación de desechos sólidos.

Es importante realizar un estudio que permita evaluar el impacto que dicha situación tiene y tendrá en el destino, para evitar problemáticas relacionadas con el medio ambiente y la calidad de vida de sus habitantes.

5.9 Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano).

Valle de Bravo es una de las zonas del país que recibe mucha atención en temas medioambientales, por parte de las autoridades federales, pues es una de las mayores fuentes de abastecimiento de agua de la zona metropolitana de la Ciudad de México.

Lo anterior beneficia al destino, pues constantemente se realizan obras de mantenimiento y prevención en la Presa, además de que los bosques que la rodean reciben beneficios de Programas Federales como Probosque y Pago de Servicios Ambientales.

Sin embargo el crecimiento de la población y la ocupación de terrenos para desarrollos inmobiliarios, son una amenaza para el principal atractivo de Valle, que es el entorno natural, por lo que es necesario la coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los prestadores de servicios turísticos, para trabajar en la preservación del medio ambiente que es su principal recurso, con herramientas como el Ordenamiento Ecológico Territorial y los usos de suelo.



Foto 5.33 El medio ambiente, una tema vital en el destino

5.10 Protección ambiental y paisajística.

La Presa de Valle, los bosques que la rodean y la Reserva de Monte Alto, son áreas muy sensibles de protección ambiental y paisajística, por lo que como se señaló en el apartado anterior, es necesario cuidar el Ordenamiento Territorial y los usos de suelo de dichas zonas, así como los permisos de la Zona Federal alrededor de la Presa.

5.11 Mercados.

El mercado actual de Valle de Bravo es en su mayoría de turistas y visitantes de la zona metropolitana de la Ciudad de México, debido a los atractivos, actividades, cercanía y excelentes vías de comunicación que permiten llegar al destino en menos de dos horas.

Valle de Bravo es un destino de fin de semana, por lo regular los visitantes llegan a las 10 de la mañana y se van a las 17 horas. Los turistas nacionales generalmente pernoctan dos noches y los extranjeros tres noches.



Foto 5.34 Destino para familias



Foto 5.35 Destino de fin de semana

De acuerdo a diferentes segmentaciones, el mercado del destino se compone de la siguiente forma:

Origen	Temporada alta	Temporada baja
Ciudad de México y zona metropolitana	85%	80%
Resto de entidades del país	10%	10%
Internacional	5%	10%

Grupos de viaje	Todo el año
Familias	50%
Escuelas y grupos de trabajo	10%
Parejas	20%
Jóvenes	20%

Motivo de visita	Todo el año
Cultural (eventos, artesanías)	30%
Actividades de naturaleza, aventura y acuáticas	35%
Invitados a fiestas en jardines y salones	10%
Vacaciones y descanso	15%
Negocios, congresos y convenciones	10%

Medio de transporte	Todo el año
Vehículo particular	70%
Transporte público	20%
Autobuses turísticos	10%

La estrategia que están siguiendo algunos hoteles y operadores turísticos, para incrementar la ocupación del destino de lunes a jueves, es con el mercado de Congresos y Convenciones, mismos que manejan de acuerdo a sus capacidades de espacios y necesidades del evento.

Para que el destino esté en condiciones de buscar este importante mercado, requiere de un espacio con instalaciones y equipamiento moderno, para competir con otros destinos que ya están trabajando en el tema.

También los operadores de actividades de naturaleza, aventura y actividades acuáticas están buscando realizar cursos, talleres, seminarios y competencias en las temporadas bajas.

El caso de los campamentos es muy particular, pues su mercado son escuelas y jóvenes que durante las vacaciones de verano asisten a dichas actividades. Asimismo han encontrado un segmento que de jueves a domingo viaja al destino en grupos escolares y en algunos casos grupos de trabajo.

5.12 Promoción y Comunicación.

La promoción del destino se realiza por diversos medios e instituciones, existen diversas páginas de internet con imágenes e información, algunas de las más visitadas son:

<http://turismo.edomex.gob.mx/turismo/htm/html/valle-de-bravo.html>

www.visitmexico.com/es/valle-de-bravo

<http://www.mexicodesconocido.com.mx/fin-de-semana-en-valle-de-bravo-estado-de-mexico1.html>

www.valledebravo.gob.mx

<http://www.todovalle.com.mx>

La Secretaría de Turismo del Estado de México y el Consejo de Promoción Turística de México, tienen una campaña en diversos medios como espectaculares y revistas, con el lema “Valle de Bravo la maravilla de tenerlo cerca”.

También hay empresas de hospedaje que tienen promoción en diversos medios, como Hoteles Misión, El Santuario, Rodavento y Hotel Avándaro.

En general la promoción que se realiza del destino es adecuada por los medios utilizados y para los segmentos que son los mercados potenciales del mismo, una acción que podría ser positiva en el tema promocional, sería una campaña que permitiera la participación de los prestadores de servicios turísticos con venta dura.

En el tema de la promoción existe un problema por el dinero recaudado del Impuesto al Hospedaje, que en el Estado de México es del 4%, y que no es utilizado en la promoción del destino, lo que ha generado que varios establecimientos de hospedaje de Valle de Bravo no lo cobren al cliente.

5.13 Comercialización.

Análisis de los diversos canales por los que se comercializa el destino, tanto de tipo directo (venta directa, Internet, centrales de reserva, etc.) como indirectos (TTOO, AAVV, etc.), con especial énfasis en la incidencia de las nuevas formas de comercialización: Internet, DMC's.

El servicio turístico más buscado por el mercado que visita Valle de Bravo es el hospedaje, por lo que la mayoría de los establecimientos ya cuentan con páginas de internet o se promocionan en las páginas de la Secretaría de Turismo del Estado de México y en la página de la Dirección de Turismo Municipal.

En los principales motores de reservaciones, hay oferta de hospedaje, lo que permite al destino estar posicionado entre los mejores de México:

www.despegar.com.mx

<http://www.pricetravel.com.mx/Valle-de-Bravo/hoteles>

www.booking.com/city/mx/valle-de-bravo.es.html

También las empresas operadoras de actividades de naturaleza y aventura, manejan gran parte de su promoción y comercialización por medio de sitios de internet:

Vuelo en ala delta	www.experimenta.com.mx
Vuelo en Parapente	www.alaventura.com.mx
Vuelo en Parapente	www.sportravel.com.mx
Ciclismo de montaña	www.yumping.com.mx
Cursos de navegación en Velero	www.todovalle.com.mx



Foto 5.36 Turismo de aventura en páginas de internet

Los establecimientos de alimentos y bebidas se manejan por venta directa y recomendaciones.

En el caso de las Agencias Operadoras tipo DMC, existen tres que ofrecen toda clase de servicios y actividades turísticas:

- DMC Valle de Bravo www.ocvvalledebravo.com.mx
- Vive Valle www.vivevalle.com.mx
- Expresso Valle de Bravo www.expressovalledebravo.com.mx



Foto 5.37 Promoción y comercialización en páginas de internet

5.14 TIC's disponibles y utilizadas.

En Valle de Bravo el uso de internet y redes sociales es muy frecuente, por el tipo de visitantes y turistas que recibe. Además el mercado de segunda residencia que es muy importante en el destino, tiene un seguimiento continuo a los eventos culturales y deportivos, así como a las actividades sociales.

Existen revistas como *“Avándaro: la revista de Valle de Bravo”* que reseña los eventos sociales, culturales y deportivos, que se realizan en el destino.



II.- Agenda de Competitividad de los Destinos



1.- Indicadores económicos, sociales y desempeño institucional

Una vez realizado el análisis de cada uno de los catorce criterios en esta sección se da especial énfasis a 54 indicadores económicos, sociales y de desempeño institucional, agrupados en ámbitos de competitividad y sustentabilidad que fundamentarán las acciones y proyectos que deben impulsar la competitividad de los destinos.

Cabe señalar que el programa Pueblos Mágicos de México, coordinado por la Sectur, contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país y actualmente en el país están considerados 83 municipios en esta categoría. El Estado de México tiene 125 municipios, de los cuales solo cinco son beneficiados por el Programa. Los primeros municipios en tener un dictamen favorable fueron Tepotzotlán y Valle de Bravo en 2006, posteriormente se incorporaron Malinalco en 2011, El Oro en 2012 y Finalmente, Metepec en 2013.

La siguiente tabla muestra el presupuesto que recibieron estos municipios por pertenecer a este Programa, de 2006 a la fecha.

Año	Municipios con nombramiento de Pueblo Mágico en el Estado de México (Pesos)				
	Tepotzotlán	Valle de Bravo	Malinalco	El Oro	Metepec
2006	4,050,000	9,060,000			
2007	9,000,000	15,000,000			
2008	9,000,000	9,000,000			
2009	9,000,000	9,000,000			
2010	9,000,000	9,000,000			
2011	30,000,000	32,000,000	27,000,000		
2012	6,000,000	6,000,000	6,000,000	6,000,000	
2013	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000
TOTAL	86,050,000	99,060,000	43,000,000	16,000,000	10,000,000

Tabla 1.1. elaboración propia con datos de la Secretaría del Estado de México, 2013

Entre los ***indicadores de competitividad*** fueron seleccionados los siguientes:

Generales del destino:

- Número de habitantes
- Perfil del turista
 - Diversificación geográfica: Origen del turista/excursionista.
 - Diversificación demográfica: Sexo, edad.
 - Diversificación por tipo de consumo: Motivo y propósito de viaje.

Demanda turística

- Satisfacción del turista
 - Índice de satisfacción del turista/excursionista
- Derrama turística
 - Gasto promedio diario del turista/excursionista
- Patrón de comportamiento
 - Estacionalidad de la demanda
 - Estadía promedio

Oferta turística

- Ocupación
 - Porcentaje de ocupación.
- Estado del atractivo
 - Estado de los principales atractivos.

Gestión turística

- Marco normativo actualizado
 - Portal de internet del destino con información turística.

Infraestructura

- Conectividad
 - Terrestre (Carreteras, Terminal de autobuses)
 - Disponibilidad de Aeropuerto/Pista de aterrizaje

Servicios

- Infraestructura privada
 - Oferta de cuartos
 - Establecimientos de alimentos y bebidas
 - Hospitales
- Servicios
 - Agencias de Viajes
 - Operadores locales
 - Guías de Turistas
- Otros servicios
 - Seguridad

Recursos naturales y culturales

- Atractivos turísticos
 - Existencia de un inventario de atractivos turísticos
 - Número de zonas arqueológicas
 - Número de declaratorias de patrimonio material e inmaterial
 - Número de monumentos históricos

- Número de áreas naturales protegidas

Profesionalización

- Certificación
 - Playas Certificadas
 - Número de planes públicos de capacitación turística
 - Número de instituciones de educación turística a nivel técnico y superior
- Calidad
 - Cuentan con distintivo H
 - Cuentan con distintivo M
 - Cuentan con Punto Limpio
 - Q

Entre los **indicadores de sustentabilidad** fueron seleccionados los siguientes:

Agua

- Disponibilidad del agua
 - Disponibilidad
- Consumo de agua
 - Consumo de agua per cápita
 - Consumo de agua por cuarto
- Tratamiento de agua
 - Niveles de Tratamiento de Aguas Residuales
 - Reúsos de Agua Tratada

Deshechos

- Generación de basura
 - Generación de basura per cápita
 - Generación de basura por turista
- Manejo, disposición y reciclaje
 - Eficiencia sistema de recolección
 - Relleno sanitario conforme a la norma
 - Volumen reciclado de desechos
 - Participación en programas de manejo de residuos peligrosos

Beneficios económicos del turismo

- Nivel de desempleo
 - Tasa de desocupación
- Contribución a la economía local
 - Empleo en el sector turismo
 - Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico

Impacto social

- Impacto social
 - Nivel de Bienestar
- Ambulantaje
 - Percepción sobre el comercio ambulante

Planeación urbana y ambiental

- Planes y programas
 - Plan de Desarrollo Urbano vigente
 - Programa de Ordenamiento Ecológico Local

Desarrollo urbano integral

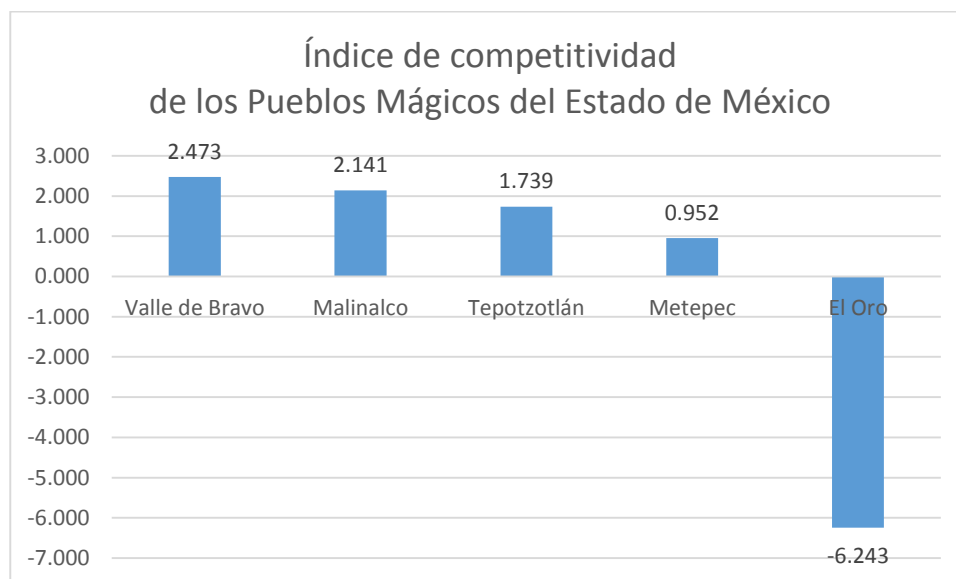
- Cobertura de servicios básicos
 - Agua potable
 - Alcantarillado
 - Energía eléctrica
- Estado de la vivienda
 - Índice de vivienda precaria

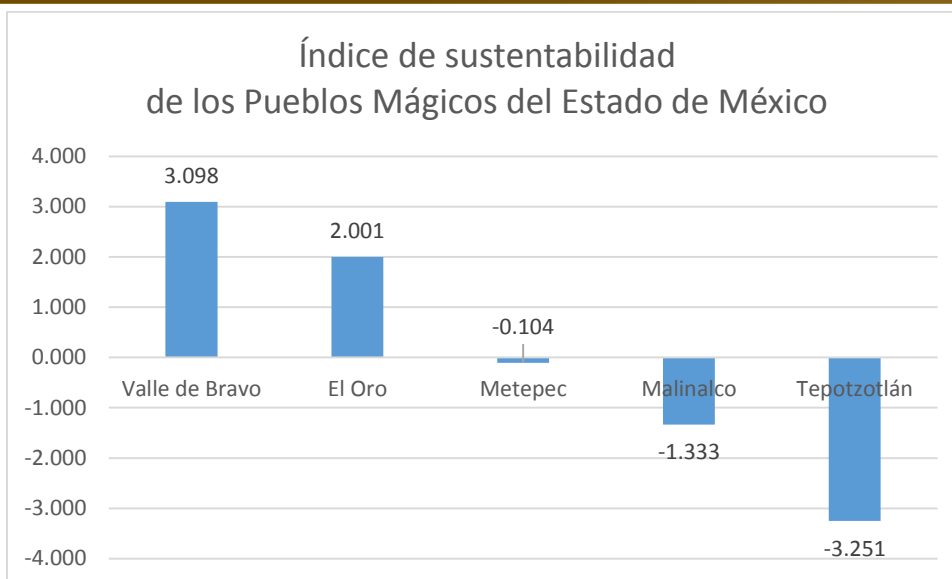
Imagen urbana

- Preservación de la imagen arquitectónica
 - Reglamento de imagen urbana

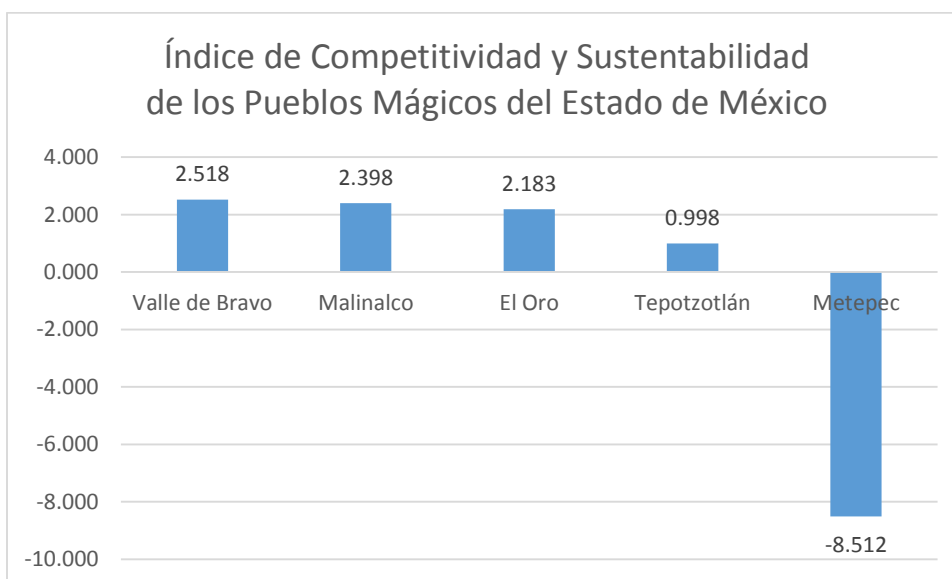
En el Anexo 1 se encuentra la lista de los indicadores y su fuente; en total son 54 indicadores los que se analizan en cada destino y en los Anexos 2.1 a 2.5 se presentan los datos correspondientes así como una estimación puntual y *a priori* del nivel de competitividad y sustentabilidad de los destinos.

De acuerdo con los datos analizados individualmente y utilizando la técnica multivariada de Componentes Principales se obtuvieron los índices de competitividad y sustentabilidad de los destinos, mismos que se presentan a continuación:





Al combinar ambos índices los resultados son los siguientes:



Es de suma importancia destacar que el índice es un número continuo normalizado que puede variar según la fidelidad de los indicadores. La ventaja es que puede combinar diferentes sistemas de medición de las variables y permite obtener una jerarquización de los destinos.

En los siguientes apartados se desarrolla el análisis de los indicadores de competitividad y sustentabilidad. Dentro de los de sustentabilidad se incorporan algunos indicadores adicionales que fueron obtenidos de los cuestionarios de comunidad aplicados en los cinco destinos.

1.1. El Oro

A continuación se presentan los datos para los principales indicadores económicos, sociales e institucionales de El Oro mismos que se encuentran en el cuadro del Anexo 2.1.

Generales del destino

Número de habitantes

El Oro cuenta con 34,446 habitantes.

Perfil del turista

De acuerdo con las encuestas de satisfacción a los turistas, quienes llegan a El Oro son visitantes, principalmente, del Estado de México (62.86%) y el Distrito Federal (18.57%), sin embargo, también reciben excursionistas de otros estados, por ejemplo, Jalisco, Tabasco, Morelos, Hidalgo, Querétaro y Tlaxcala. Esto conduce a contar con un índice de diversificación geográfica del turismo de 0.54.

De los visitantes que recibe El Oro, el 38.57% tiene entre 18 y 30 años de edad, mientras que el resto son familias, lo cual indica poca diversificación y por lo tanto su índice de diversificación demográfica es de 0.61.

Más de la mitad de los turistas encuestados manifestaron realizar la visita por vacaciones o recreación (76.47%), esto genera como resultado un índice de diversificación por motivo de consumo de 0.38.

Demanda Turística

Índice de Satisfacción

La satisfacción de los visitantes es algo especialmente importante y se forma por recursos, actividades y sensaciones vividas por el visitante. Para obtener el índice de

satisfacción se consideran variables como la calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes, el grado de satisfacción de los visitantes, el porcentaje de visitantes y turistas que regresan y el porcentaje de visitantes que recomiendan el destino.

A partir de ello, El Oro obtuvo un índice de satisfacción de 9.07 que lo ubica en quinto lugar de los Pueblos Mágicos del Estado de México.

De igual forma cuenta con un promedio de 8.8 ante la pregunta de si los turistas estarían dispuestos a regresar y 9.02 si se cumplieron sus expectativas.

Con respecto a la satisfacción referente al consumo de alimentos y bebidas:

Experiencia de consumo de alimentos y bebidas: 8.89

Calidad de los alimentos y bebidas: 8.97

Limpieza e higiene de los establecimientos de alimentos y bebidas: 9.0

Con respecto a la experiencia en el servicio de hospedaje:

Estancia en general: 8.27

Limpieza del hospedaje: 8.67

Atención del personal: 8.33

Con respecto a Servicios de excursión / turísticos:

Calificación de los servicios de excursión/turísticos en general: 9.40

Calidad de los servicios de excursión/turísticos: 9.30

Atención del personal de los servicios de excursión turísticos: 9.40

Los servicios de recreación en El Oro se refieren particularmente a las visitas guiadas que ofrece la dirección de turismo municipal por los principales atractivos. Cabe resaltar que los altos puntajes obtenidos en este rubro responden a la actitud de servicio y a la preparación que tienen las guías para atender a los visitantes y/o turistas.

85% de los turistas o visitantes llegan en automóvil particular razón por la cual es importante evaluar la situación de los estacionamientos ya que se calificó la disponibilidad con un 9.31 y el precio con un 8.79. Es importante resaltar que los estacionamientos en el Oro son solo dos y se encuentran en la entrada del pueblo, sin embargo, no se considera una problemática debido a los espacios en las calles y áreas públicas.

Dadas las calificaciones antes expuestas El Oro y su oferta turística generan que 50.7% de los turistas regrese a visitar el destino.

Derrama turística

El gasto promedio diario que realizan los turistas es de \$600 pesos.

Patrón de comportamiento

De acuerdo con las encuestas, su estadía es de 8 horas, en promedio, y en algunos casos, pernoctan 1 noche.

La estacionalidad de la demanda por el destino es de 4 semanas al final del año entre los meses de noviembre y diciembre.

Oferta Turística

La oferta considera las opciones y variedad con que cuenta el destino para dormir, comer y visitar.

Ocupación

Actualmente, El Oro tiene un porcentaje de ocupación del 80%.

Estado del atractivo

De acuerdo con los datos de la Secretaría de Turismo (Sectur), el estado de los atractivos turísticos es Alto.

Gestión Turística

Portal de internet del destino con información turística

Dentro de las opciones para promover un destino turístico, el Internet proporciona a los turistas acceso a información. En este caso, el portal de internet de El Oro cuenta con alguna información para promocionar los atractivos, eventos y servicios turísticos, por lo que la rúbrica es de un valor de 2.

Infraestructura

Conectividad terrestre

El Oro cuenta con la infraestructura terrestre de acceso suficiente y de calidad para el desarrollo turístico, por lo que su valor de rúbrica es de 3.

Conectividad aérea

La distancia a los aeropuertos más cercanos le impide tener conexión aérea.

Servicios e Infraestructura privada

Actualmente, El Oro oferta 186 cuartos, cuenta con 15 establecimientos de alimentos y bebidas, no hay agencias de viajes, sin embargo, existen 6 guías de turistas certificados. Cuenta con 3 operadores locales. Su nivel de seguridad es Alto.

Atractivos turísticos

Cuenta con un inventario turístico completo, así como 2 monumentos históricos.

Profesionalización

El personal para el turismo se puede capacitar en El Oro mediante 2 planes públicos de capacitación turística. Existe solo una institución de educación superior que imparte la capacitación en turismo en la capital del estado.

Asimismo cuenta con certificaciones M y Punto Limpio.

Agua

De acuerdo con la Sectur la disponibilidad de agua es limitada y el consumo de agua por habitante en El Oro es de 198 litros.

No se cuenta con datos disponibles para el consumo de agua por cuarto.

El Oro cuenta con tratamiento de aguas residuales, aunque no se cuenta con el dato de qué proporción.

Desechos

Diariamente, cada habitante de El Oro genera 0.76 kilogramos de basura, y cada turista 0.2 kilogramos. Es 100% eficiente en su sistema de recolección.

Cuenta con relleno sanitario conforme a la norma.

No hay disponibilidad de datos respecto al volumen reciclado de desechos, sin embargo la población tiene una cultura incipiente del reciclado.

No hay programa de manejo de residuos peligrosos.

Beneficios económicos del turismo

La tasa de desocupación es muy baja, del 1%.

El empleo en el turismo en la economía local representa el 30% de la población ocupada.

El crecimiento en el empleo del año pasado al actual fue de 0%.

Con esto se puede identificar que el turismo aún no es un fuerte detonador de beneficios en este destino.

Impacto social

El nivel de bienestar en El Oro es de 4

La percepción que se tiene del comercio ambulante es poco desfavorable, en nivel Bajo.

La población que vive en El Oro tiene un grado de rezago social Bajo, de acuerdo a las estimaciones del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), este índice muestra la exclusión de los patrones de vida ordinarios de los habitantes e incluye las necesidades básicas. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentran, la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 10.60%; la población sin derecho a servicios de salud ha disminuido

considerablemente, al haber pasado de 76.11% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra que sólo el 21.12% de la población carece de este servicio.

Planeación urbana y ambiental

Cuenta con planes de desarrollo urbano vigentes.

No cuenta con programa de ordenamiento ecológico.

Desarrollo urbano

El porcentaje de la población que cuenta con agua potable es de 90%.

El porcentaje de población que cuenta con alcantarillado es de 93%.

El porcentaje de población que cuenta con energía eléctrica es 95%.

El porcentaje de la población que vive en vivienda precaria es 18.12%.

El porcentaje de viviendas con piso de tierra ha disminuido a 6.85% en un periodo de 10 años (2000 – 2010). Otras consideraciones de las condiciones de la vivienda que se toman en cuenta son: si no cuentan con excusado o sanitario, para El Oro representa 22.38% no cuentan con este servicio; los hogares que no disponen de agua entubada representan el 14.67%.

Por otro lado, el grado de marginación representa el impacto de las carencias por la falta de acceso a la educación, residencias inadecuadas y privación de bienes en la población. El grado de marginación de El Oro es Medio. Dentro de estos indicadores de marginación se encuentra el porcentaje de ocupantes sin energía eléctrica que para el año 2010 sólo comprende el 2.35%; las viviendas con algún nivel de hacinamiento representan casi la mitad de ellas (48.37%).

Imagen urbana

Cuenta con Reglamento de imagen urbana vigente.

Índice Competitividad y Sustentabilidad

Con el análisis factorial de componentes principales de todos los indicadores anteriores se tiene que:

El índice de competitividad de El Oro fue de: -6.243

El índice de sustentabilidad de El Oro fue de: 2.0011

El índice de competitividad y sustentabilidad fue de: 2.183, ubicándolo en el tercer lugar de los Pueblos Mágicos.

Percepción de los habitantes de la localidad

De acuerdo con los cuestionarios realizados a los habitantes de El Oro, el 93% de la población está enterada del nombramiento que obtuvieron como Pueblo Mágico en el año 2011. De los entrevistados, el 61% considera que esta distinción (como Pueblo Mágico) ha traído beneficios para la comunidad, por ejemplo, el 86% de los encuestados ha observado más turistas.

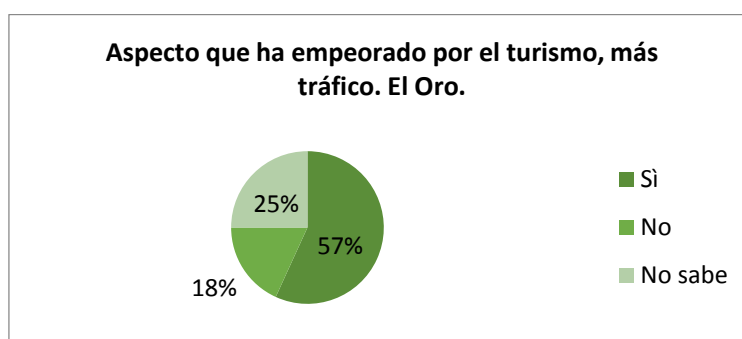
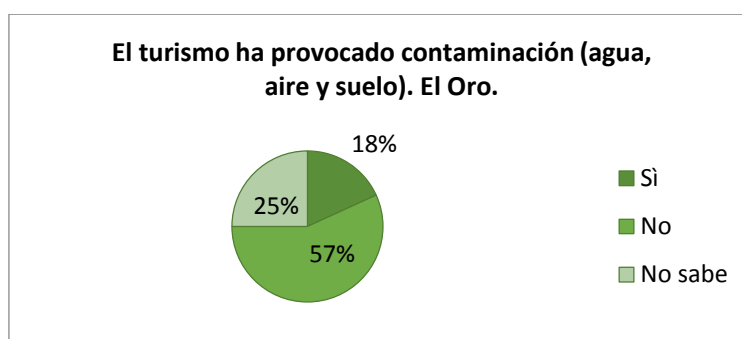
A pesar del conocimiento entre la población del reconocimiento del municipio, el 59% de los habitantes no están enterados de las nuevas acciones que se realizan para mejoras en la imagen del lugar; lo que, también, se refleja en que sólo el 23% haya sido invitado a participar en los proyectos relacionados al turismo.

Ahora, con el nombramiento de Pueblo Mágico, el 64% de la población considera que la actividad turística se ha convertido en la principal actividad económica del municipio, lo que se refleja en mejores servicios públicos, más ventas para los negocios y brinda una mejor apariencia de la localidad. Algunos puntos en contra que manifiestan los residentes de El Oro es que los beneficios de ser un destino turístico son para personas ajenas a la localidad (39%), y el 57% de ellos opina que, otro punto negativo, es el aumento en el

tráfico, sin embargo, la apreciación de la mayoría (82%) es que el turismo es una actividad que genera mayores efectos positivos que negativos en la localidad.

Medio ambiente

La actividad turística no ha generado mayores problemas de contaminación de los que ya existían, de acuerdo con el 57% de los habitantes. Sin embargo, sí ha aumentado el tráfico, de acuerdo con el mismo porcentaje de población.



En cuanto a la problemática medio ambiental que se presenta el Oro, se encuentra:

- Aprovechamiento inadecuado del suelo, cambio de uso de suelo, plantación con especies poco apropiadas.
- En la presa Brockman y Victoria, que es un área natural protegida, existe presencia de alga en el vaso de la presa, deforestación y erosión de los cerros, contaminación por residuos sólidos y líquidos, descarga de aguas residuales domésticas y falta de vigilancia.

- Tala clandestina

En el Plan de Desarrollo Municipal, se han diseñado y establecido criterios para el cuidado y conservación de los recursos forestales y los proyectos: “Protección al ambiente”, “Protección de la cultura ambiental” e “Infraestructura ecológica municipal”.

Debido a que la presencia de industria es baja, no se presenta contaminación en el aire. En el Oro, no se cuenta con infraestructura necesaria para captar aguas pluviales y no tienen fosas ni pozos sépticos.

La contaminación del suelo, se presenta por:

- Disposición de residuos sólidos sin separarlos por tipo.
- Tiraderos a cielo abierto.
- Nula aplicación de técnicas de conservación del suelo y agua.

En general el municipio carece de estudios que permitan saber el estado de conservación del suelo.

Competitividad

De acuerdo con las opiniones de los actores entrevistados ellos sugieren las siguientes acciones para mejorar la competitividad:

- Construir una plaza gastronómica.
- Concretar los proyectos que se tienen en cuanto a la oferta turística (ruta de iglesias, recorrido de leyendas)
- Reforzar la imagen urbana del destino a través de la regulación comercial en la cabecera municipal, con la finalidad de combatir el comercio de piratería
- Lograr los visitantes que vayan en grupo recorran las calles del Oro caminando desde la entrada del pueblo, para que los autobuses no contaminen visualmente los principales atractivos.
- Cuidar la generación de basura de los visitantes que llegan en grupo (comen tamales afuera del palacio municipal).
- El nivel de escolaridad es un elemento fundamental para elevar la competitividad y tendrá que seguir siendo una prioridad nacional y municipal, ya que El Oro la

escolaridad promedio es de 7.3 años. De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda, actualmente cuenta con:

- | | |
|------------------------------------------|----|
| ○ Escuelas en preescolar: | 53 |
| ○ Escuelas en primaria: | 40 |
| ○ Escuelas en primaria indígena: | 9 |
| ○ Escuelas en secundaria: | 15 |
| ○ Escuelas en profesional técnico: | 1 |
| ○ Escuelas en bachillerato: | 3 |
| ○ Escuelas en formación para el trabajo: | 1 |

1.2 Metepec

A continuación se presentan los datos para los principales indicadores económicos, sociales e institucionales de Metepec mismos que se encuentran en el cuadro del Anexo 2.2.

Generales del destino

Número de habitantes

Metepec cuanta con 214,162 habitantes.

Perfil del turista.

De acuerdo con las encuestas de satisfacción a los turistas, quienes llegan a Metepec son visitantes, principalmente, del Estado de México (13.16%) y el Distrito Federal (34.21%), sin embargo, también reciben excursionistas de otros estados, por ejemplo, Quintana Roo, Veracruz, Morelos, Hidalgo, Puebla y Campeche, incluso turistas internacionales de Argentina, Francia, que representan el 7.89% de los excursionistas.

De los visitantes que recibe Metepec, el porcentaje más alto se encuentra en el rango de edad de 30 y 40 años (27.4%). Más de la mitad de los turistas encuestados manifestaron realizar la visita por vacaciones o recreación (63.2%).

Demanda Turística

Índice de Satisfacción

Dentro de las variables consideradas en la demanda turística, Metepec obtuvo un índice de satisfacción de 9.1 que lo ubica en cuarto lugar de los Pueblos Mágicos del Estado de México.

Los visitantes califican su disposición a regresar en 9.22, por otro lado, las expectativas que tenían del destino promedian 9.05.

La satisfacción en temas de consumo de alimentos y bebidas:

Experiencia de consumo de alimentos y bebidas 8.82.

Calidad de los alimentos y bebidas 8.78.

Limpieza e higiene de los establecimientos de alimentos y bebidas 8.8.

En cuanto al servicio de hospedaje:

Estancia en general 8.66.

La limpieza del hospedaje 8.65.

Atención del personal 8.66.

Es importante resaltar que Metepec es un destino en el que no se genera pernocta, razón por la cual la oferta hotelera es solo de dos establecimientos, uno con estándares de calidad aceptables el otro con deficiencias importantes en la calidad del servicio y las instalaciones.

Con respecto a los servicios de excursión /turísticos:

Calificación de los servicios de excursión/turísticos en general 7.83

Calidad de los servicios de excursión/turísticos 7.75

Atención del personal de los servicios de excursión turísticos 8.2

Estos servicios recreativos consisten en un recorrido en tren, pero la calidad y el servicio son improvisados y de baja calidad.

78% de los visitantes llegan en automóvil particular razón por la cual es importante evaluar la situación de los estacionamientos, por lo que también se evaluó la disponibilidad con un 6.92 y el precio se calificó con un 7.38. El principal problema, de este

tema, es la disponibilidad de estacionamientos, que aunque su oferta es grande, la demanda se eleva los fines de semana (viernes y sábado principalmente), esto se debe, a la gran oferta que existe para la recreación nocturna en restaurantes, bares y antros. También existe la percepción de que el pago que se hace por el estacionamiento es elevado.

Dadas las calificaciones antes expuestas para Metepec y su oferta turística generan que 59.7% de los turistas regrese a visitar el destino.

Derrama turística

El gasto promedio diario que realizan los turistas es de \$200 pesos.

Patrón de comportamiento

De acuerdo con las encuestas, su estadía es de 4 horas, en promedio.

Oferta Turística

Por el lado de la oferta en Metepec hay un *porcentaje de ocupación* del 40%.

Estado del atractivo

De acuerdo con los datos de la Secretaría de Turismo (Sectur), el estado de los atractivos turísticos es Medio.

Gestión Turística

Portal de internet del destino con información turística

Actualmente el internet es una opción para promover un destino turístico, en este caso, el portal de internet de Metepec cuenta con información actualizada y completa para promocionar los atractivos, eventos y servicios turísticos y con motor de reservas.

Infraestructura

Conectividad terrestre

Metepec cuenta con la infraestructura terrestre de acceso suficiente y de calidad para el desarrollo turístico.

Conectividad aérea

La disponibilidad de aeropuerto es suficiente.

Servicios e Infraestructura privada

En Metepec se ofertan 65 cuartos, cuenta con 60 establecimientos de alimentos y bebidas, 3 agencias de viajes, sin embargo, no existen guías de turistas certificados. Su nivel de seguridad es Bajo.

Atractivos turísticos

Cuenta con un inventario turístico incompleto, así como una zona arqueológica, 2 monumentos históricos y una zona natural protegida.

Profesionalización

En el municipio no se cuenta con algún plan público de capacitación turística. Sin embargo, sí existen certificaciones M y Punto Limpio. Existen 5 instituciones que imparten carreras vinculadas al turismo.

Agua

De acuerdo con la Sectur la disponibilidad de agua es suficiente y el consumo de agua por habitante es de 250 litros por día.

No se cuenta con datos disponibles para el consumo de agua por cuarto.

Metepec cuenta con tratamiento de aguas residuales que procesa el 54.65%.

Desechos

Diariamente, cada habitante de Metepec genera 1.2 kilogramos de basura, y cada turista 0.5 kilogramos.

Es 60% eficiente en su sistema de recolección.

No cuenta con relleno sanitario conforme a la norma.

No hay programa de manejo de residuos peligrosos.

Beneficios económicos del turismo

El empleo en el turismo en la economía local representa el 60%.

La tasa de desocupación es del 0%.

El crecimiento en el empleo del año pasado al actual fue de 5%.

Con esto se puede identificar que el turismo aún no es un fuerte detonador de beneficios en este destino.

Impacto social

El nivel de bienestar en Metepec es de 7.

La percepción que se tiene del comercio ambulante es poco desfavorable, en nivel Bajo.

La población que vive en Metepec tiene un grado de rezago social Muy Bajo, de acuerdo a las estimaciones del Coneval. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentran, la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 1.84%; la población sin derecho a servicios de salud ha disminuido considerablemente, al haber pasado de 38.28% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra que sólo el 29.03% de la población carece de este servicio.

Planeación urbana y ambiental

Cuenta con planes de desarrollo urbano.

No cuenta con programa de ordenamiento ecológico.

Desarrollo urbano

El porcentaje de la población que cuenta con agua potable es de 98%.

El porcentaje de población que cuenta con alcantarillado es de 93%.

El porcentaje de población que cuenta con energía eléctrica es 99%.

El porcentaje de la población que vive en vivienda precaria es 5.3%.

La población que vive en Metepec tiene un grado de rezago social muy bajo, de acuerdo a las estimaciones del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), este índice muestra la exclusión de los patrones de vida ordinarios de los habitantes e incluye las necesidades básicas. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentran, la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 1.84%; la población sin derecho a servicios de salud ha disminuido al haber pasado de 38.28% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra el 29.03% de la población carece de este servicio. El porcentaje de viviendas con piso de tierra ha disminuido 0.97% en un periodo de 10 años (2000 – 2010). Otras consideraciones de las condiciones de la vivienda que se toman en cuenta son: si no cuentan con excusado o sanitario, para Metepec el 1.10% no cuentan con este servicio; los hogares que no disponen de agua entubada representan el 2.65%.

Por otro lado, el grado de marginación representa el impacto de las carencias por la falta de acceso a la educación, residencias inadecuadas y privación de bienes en la población, el grado de Metepec es muy bajo. Dentro de estos indicadores se encuentra el porcentaje de ocupantes sin energía eléctrica que para el año 2010 sólo comprende el 0.27%; las viviendas con algún nivel de hacinamiento representa el 21.80%.

Imagen urbana

Cuenta con Reglamento de imagen urbana vigente.

Índice Competitividad y Sustentabilidad

Con el análisis factorial de componentes principales de todos los indicadores anteriores se tiene que:

El índice de competitividad de Metepec fue de: 0.952

El índice de sustentabilidad de Metepec fue de: -0.104

El índice de competitividad y sustentabilidad fue de: -8.512, ubicándolo en el quinto lugar de los Pueblos Mágicos.

Percepción de los habitantes de la comunidad

A pesar de que es el Pueblo Mágico con el más reciente nombramiento, el 94.44% de los habitantes saben de la distinción y un alto porcentaje (77.78%) cree que con ello se ha beneficiado a la localidad en ventas para los negocios y en mayores empleos, ocasionado por el mayor flujo de visitantes a Metepec a raíz de la designación; no obstante, el 86.11% de los residentes no están enterados de las acciones en favor del municipio, y similar es el porcentaje que no ha sido invitado a participar en las actividades ; aquellos que han sido invitados han sido los artesanos para participar en ferias.

Aquellos que consideran que el turismo es la actividad económica más importante de la localidad consideran que se ve reflejado en mejores servicios públicos, en la conservación de las tradiciones, en mayores ventas para quienes tienen negocios y en una mejora de la imagen que proyecta el municipio.

Los inconvenientes, por otro lado, se relacionan con el aumento en los precios de los servicios o productos, y en los problemas sociales, como la inseguridad.

Empero, la opinión de la población (86.11%) es que los beneficios consecuencia del turismo, es mayor que los efectos negativos que pueden ligarse a él.

Medio ambiente

El vínculo del turismo y la contaminación tiene una percepción buena, pues la valoración que da la población es que no se ha generado contaminación en agua, aire o suelo ocasionado por la actividad turística.

El turismo ha provocado contaminación (agua, aire y suelo), Metepec.



Aspecto que ha empeorado por el turismo, más tráfico. Metepec.



Dentro del Plan de Desarrollo Municipal, se ha determinado líneas de acción para proteger el medio ambiente como:

- La generación de infraestructura para conducir las aguas negras a plantas tratadoras más cercanas.
- Separación de residuos sólidos desde el hogar, industria y comercio.
- Ordenamiento del transporte para reducir el congestionamiento vial.

Los problemas de contaminación que se presentan en Metepec son:

- Contaminación del agua, aire y suelo, visual y auditiva, debido al crecimiento de las zonas habitacionales.
- Pérdida de humedales.
- Pérdida del conocimiento tradicional, cultural e intangible.

El 54.65% de las aguas residuales generadas en Metepec son tratadas. La cobertura de recolección de basura es insuficiente.

Competitividad

De acuerdo con las opiniones de los actores entrevistados ellos sugieren las siguientes acciones para mejorar la competitividad:

- Incentivar la inversión privada para operadores locales (tours, recorridos guiados)
- Captar la afluencia de turistas de negocios.
- A nivel institucional, el ayuntamiento de Metepec debe reorganizar sus responsabilidades, dándole a la Subdirección de fomento turístico injerencia directa en el ramo artesanal, ya que este es el tema central de la actividad turística en el destino.
- Crear un producto de turismo rural integrando a atractivos de municipios vecinos como lo es la laguna de Chignaguapan en San Pedro Tultepec en Lerma.
- Inventariar la gastronomía típica de Metepec para crear productos basados en ella.
- El nivel de escolaridad de Metepec es el más elevado. La escolaridad promedio es de 11.4 años, esto equivale a nivel medio superior. De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda, actualmente cuenta con:
 - Escuelas en preescolar: 128
 - Escuelas en primaria: 122
 - Escuelas en primaria indígena: 0
 - Escuelas en secundaria: 59
 - Escuelas en profesional técnico: 0
 - Escuelas en bachillerato: 42
 - Escuelas en formación para el trabajo: 6

1.3 Malinalco

A continuación se presentan los datos para los principales indicadores económicos, sociales e institucionales de Malinalco mismos que se encuentran en el cuadro del Anexo 2.3.

Generales del destino

Número de habitantes

Malinalco cuenta con 25,624 habitantes.

Perfil del turista.

De los visitantes que recibe Malinalco, el porcentaje más alto se encuentra en el rango de edad de 40 y 50 años (43.2%). Un alto porcentaje de los turistas encuestados manifestaron realizar la visita por vacaciones o recreación (80.6%), sin embargo, también se visita el lugar por cuestiones empresariales y trabajo (9.7%).

Demanda Turística

Índice de Satisfacción

La satisfacción de los visitantes es algo especialmente importante y están formados por un conjunto de recursos, actividades y sensaciones vividas por el visitante. Para obtener este índice de satisfacción se consideraron como variables la calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes, el grado de satisfacción de los visitantes, el porcentaje de visitantes y turistas que regresan y el porcentaje de visitantes que recomiendan el destino. Considerando lo anterior, Malinalco obtuvo un índice de satisfacción de 9.67 que lo ubica como el mejor evaluado de los Pueblos Mágicos.

De igual forma cuenta con un promedio de 9.90 ante la pregunta de si los turistas estarían dispuestos a regresar y 9.67 si se cumplieron sus expectativas.

Con respecto a la satisfacción referente al consumo de alimentos y bebidas:

Experiencia de consumo de alimentos y bebidas 9.22.

La calidad de los alimentos y bebidas 9.22.

Limpieza e higiene de los establecimientos de alimentos y bebidas 9.20.

Malinalco alcanza el puntaje más alto en relación a los servicios de alimentos y bebidas debido a que parte del atractivo central de Malinalco radica en la gastronomía, especialmente en la trucha en diferentes presentaciones.

Con respecto a la experiencia en el servicio de hospedaje:

Estancia en general 8.33.

La limpieza del hospedaje 8.53.

Atención del personal 8.95.

Con respecto a Servicios de excursión / turísticos:

Calificación de los servicios de excursión/turísticos en general 10.00.

Calidad de los servicios de excursión/turísticos 10.00.

Atención del personal de los servicios de excursión turísticos 10.00.

72% va en automóvil particular razón por la cual es importante evaluar la situación de los estacionamientos, se calificó la disponibilidad con un 8.36 y el precio con un 9.18.

Dadas las calificaciones antes expuestas Malinalco y su oferta turística generan que el 38.5% de los turistas regrese a visitar el destino.

Derrama turística

El gasto promedio diario que realizan los turistas es de \$1,130 pesos y, de acuerdo con las encuestas, su estadía es de 8 horas, en promedio.

Patrón de comportamiento

La demanda por el destino es de 5 semanas al año.

Oferta Turística

Considerando las variables de investigación de oferta, es importante considerar las opciones y variedad que tiene el turista para dormir, comer y visitar.

Ocupación

Actualmente, Malinalco tiene un porcentaje de ocupación del 38%.

Estado del atractivo

De acuerdo con los datos de la Secretaría de Turismo (Sectur), el estado de los atractivos turísticos es Medio.

Gestión Turística

Portal de internet del destino con información turística

El turismo encontró en internet una fuente excelente para expandir los canales de información y venta. Internet proporciona a los turistas acceso a información acerca de destinos en todo el mundo, se ha convertido en el medio de información más importante para obtener y compartir información acerca de destinos, productos y servicios turísticos. El portal de internet de Malinalco tiene una página web rudimentaria no hay evidencias de su actualización sistemática.

Infraestructura

Conectividad terrestre

Malinalco no cuenta con la infraestructura terrestre de acceso de calidad y suficiente.

Conectividad aérea

No cuenta con la infraestructura aérea de acceso de calidad y suficiente.

Servicios e Infraestructura privada

Actualmente oferta 231 cuartos, cuenta con 36 establecimientos de alimentos y bebidas, así como con una agencia de viajes, y 3 guías de turistas certificados. Su nivel de seguridad es Alto.

Atractivos turísticos

Cuenta con un inventario turístico completo, así como con 2 zonas arqueológicas y 2 monumentos históricos.

Profesionalización

El personal para el turismo se puede capacitar en Malinalco mediante 4 planes públicos de capacitación turística. Cuenta con 2 instituciones que imparten carreras vinculadas al turismo: Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de México, (CECyTE),

Plantel Malinalco que ofrece el Bachillerato Tecnológico en Turismo, y en educación superior la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM).

Agua

De acuerdo con la Sectur el consumo de agua por habitante en Malinalco es de 170 litros. Tiene el 100% en tratamiento de aguas residuales y 100% en reúsos de agua tratada.

Desechos

Diariamente en Malinalco, se genera 0.59 kilogramos de basura por habitante, y por turista 0.1 kilogramos. Es 100% eficiente en su sistema de recolección y cuenta con un relleno sanitario conforme a las normas. Y, recicla 7.6% del volumen de desechos generados.

Beneficios económicos del turismo

Malinalco cuenta con una tasa de desocupación de 4.53%, de acuerdo con la Sectur, que implica una alta tasa de desocupación. El turismo en la economía local representa el 24%, que representa una alta tasa de crecimiento del empleo.

Impacto social

De acuerdo con la Matriz de indicadores de Destinos de Sectur, el nivel de bienestar de Malinalco es Medio (3).

La percepción que se tiene del comercio ambulante es moderadamente desfavorable, en nivel medio.

La población que vive en Malinalco tiene un grado de rezago social Bajo. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentra que la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 11.72%; la población sin derecho a servicios de salud ha disminuido considerablemente, al haber pasado de 82.36% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra que sólo el 30.37% de la población carece de este servicio.

Planeación urbana y ambiental

Cuenta con planes de desarrollo urbano decretado que no tienen aplicación.

No cuenta con programa de ordenamiento ecológico.

Desarrollo urbano

El porcentaje de la población que cuenta con agua potable es de 94.90%.

El porcentaje de población que cuenta con alcantarillado es de 93%.

El porcentaje de población que cuenta con energía eléctrica es 99.20%.

El porcentaje de la población que vive en vivienda precaria es 16.26%.

La población que vive en Malinalco tiene un grado de rezago social bajo, de acuerdo a las estimaciones del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), este índice muestra la exclusión de los patrones de vida ordinarios de los habitantes e incluye las necesidades básicas. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentran, la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 11.72%; la población sin derecho a servicios de salud ha disminuido considerablemente, al haber pasado de 82.36% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra que sólo el 30.37% de la población carece de este servicio. El porcentaje de viviendas con piso de tierra ha disminuido 16.3% en un periodo de 10 años (2000 – 2010). Otras consideraciones de las condiciones de la vivienda que se toman en cuenta son: si no cuentan con excusado o sanitario, para Malinalco el 14.22% no cuentan con este servicio; los hogares que no disponen de agua entubada representan el 18.77%.

Por otro lado, el grado de marginación representa el impacto de las carencias por la falta de acceso a la educación, residencias inadecuadas y privación de bienes en la población. Dentro de estos indicadores se encuentra el porcentaje de ocupantes sin energía eléctrica que para el año 2010 sólo comprende el 0.92%; las viviendas con algún nivel de hacinamiento representan casi la mitad de ellas (48.51%).

El índice de vivienda precaria indica que menos del 5% de las viviendas se encuentran en estado precario en Malinalco.

Imagen urbana

Cuenta con Reglamento de imagen urbana vigente.

Índice Competitividad y Sustentabilidad

Con el análisis factorial de componentes principales de todos los indicadores anteriores se tiene que:

El índice de competitividad de Malinalco fue de: 2.141

El índice de sustentabilidad de Malinalco fue de: -1.333

El índice de competitividad y sustentabilidad fue de: 2.398, ubicándolo en el segundo lugar de los Pueblos Mágicos.

Percepción de los habitantes de la localidad

En Malinalco el 100% de las personas entrevistadas saben que cuentan con el nombramiento como Pueblo Mágico, de los cuales el 73.68% cree que esto ha sido en beneficio de la localidad, en particular de sus ingresos, empleo, ventas y mayor conocimiento del lugar que habitan. A partir de su designación, se aprecia un mayor flujo de visitantes (65.79%).

La mayoría de los habitantes saben cuándo se llevan a cabo acciones en pro de la localidad (60.53%), pero sólo un pequeño porcentaje (28.95%) ha sido invitado a participar de las actividades en beneficio del lugar, por ejemplo, arreglando las fachadas de su casa para mejorar la imagen general del destino, limpieza de las calles, y han sido invitados a las inauguraciones de las obras realizadas.

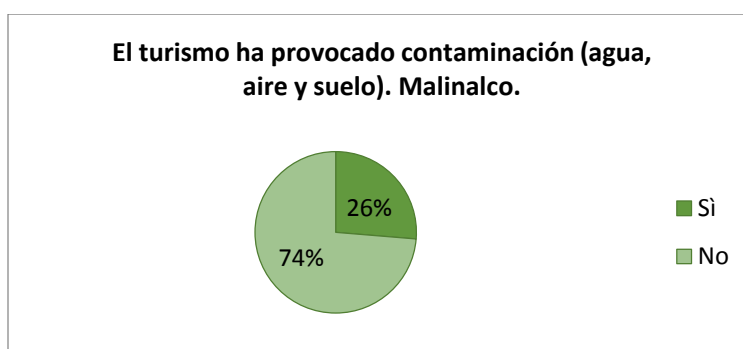
A partir de la distinción, los residentes (65.79%) opina que el turismo es la actividad económica más importante para el municipio, pues, ayuda a que se conserven las tradiciones, genera mayores oportunidades de empleo y aumenta las ventas para los negocios.

Existen aspectos que no han sido del todo favorables para los vecinos, por ejemplo, de acuerdo con las encuestas, los precios de los productos y servicios han aumentado, así como la inseguridad, y otros problemas sociales, la principal desventaja del turismo ha sido el aumento del tráfico, ya que el 100% de los entrevistados mencionó esta característica, otro problema relacionado es la cantidad de taxis que hay en el municipio, y los problemas de recolección de la basura

A pesar de ello, el 76.32% tiene una opinión favorable del turismo, pues considera que tiene más ventajas que desventajas en la localidad.

Medio ambiente

La percepción que se tiene de la relación entre turismo y la contaminación es buena, ya que el 73.68% considera que no se ha generado tantos problemas en agua o suelo. Sin embargo, el problema del tráfico sí provoca disgusto, ya que el 100% de los entrevistados mencionó esta característica, y preocupación por la contaminación de aire que conlleva.



Una de las principales fortalezas de Malinalco como destino turístico son los recursos naturales, que incluyen las montañas, bosques, manantiales, fauna, flora y su clima. También la agricultura es parte importante de economía del destino, prueba de ello son la variedad de frutas, verduras y flores que se cultivan en la región.

A nivel gubernamental y por parte de la sociedad civil, se han realizado diversas acciones en materia de medio ambiente, algunas de las más importantes son:

Gobierno Federal

Semarnat trabaja con los Programas Probosque y Pago de servicios ambientales hidrológicos.

La montaña en donde está la Zona Arqueológica de Cuauhtinchan, que es parte del paisaje característico del destino, tiene protección federal a cargo del INAH, además de que ahí nace uno de los principales manantiales de la región.

Gobierno del Estado de México:

En los alrededores hay zonas protegidas decretadas como el Parque Estatal Ecológico y Recreativo Tenancingo – Malinalco – Zumpahuacan, con una extensión de 25,625 ha., y el Parque Estatal Nahuatlaca – Matlatzinca con una extensión de 25,778 ha., que abarca territorio de 6 municipios entre ellos Malinalco.

Gobierno Municipal 2013

Se realizaron Jornadas de limpieza en cañadas y el arroyo que cruza por el pueblo.

Se formaron brigadas para prevenir incendios forestales

Se realizaron Jornadas de reforestación

Se está trabajando en acciones para el ahorro de energía por medio de paneles solares en edificios públicos y en ahorro de agua.

Se impartieron a empresas turísticas, cursos sobre Cuidado del medio ambiente.

En residuos sólidos, recientemente se acaba de reubicar el tiradero y poner en marcha un Centro de transferencia y manejo, ubicado afuera de la población.

En el tema de agua, no hay problema de abasto; asimismo se cuenta con una planta de tratamiento de aguas residuales y 4 plantas comunitarias.

Existe una ONG muy activa en el destino, es la Fundación Comunitaria Malinalco; recientemente publicó la “Ecoguía de Malinalco”, que indica los principales aspectos en que está trabajando: reforestación, incendios, prevención y combate, manejo de residuos sólidos, agricultura orgánica y participación ciudadana.

Competitividad

De acuerdo con las opiniones de los actores entrevistados ellos sugieren las siguientes acciones para mejorar la competitividad:

- Señalética en carreteras desde Toluca, Cuernavaca y la Marquesa
- Centro de Congresos y Convenciones
- Reubicación de comerciantes en el Mercado Municipal
- Establecer alianzas con operadores de Ciudad de México y Toluca
- Desarrollar un producto turístico municipal, como:
 - Balneario
 - Museo al aire libre en las pinturas rupestres
 - Jardín botánico
- El nivel de escolaridad de Malinalco es el más bajo. La escolaridad promedio es de 6.8 años, esto equivale a nivel secundaria. De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda, actualmente cuenta con:

○ Escuelas en preescolar:	33
○ Escuelas en primaria:	34
○ Escuelas en primaria indígena:	0
○ Escuelas en secundaria:	17
○ Escuelas en profesional técnico:	0
○ Escuelas en bachillerato:	5
○ Escuelas en formación para el trabajo:	0

1.4 Tepetzotlán

A continuación se presentan los datos para los principales indicadores económicos, sociales e institucionales de Tepetzotlán mismos que se encuentran en el cuadro del Anexo 2.4.

Generales del destino

Número de habitantes

Tepetzotlán cuenta con 88,559 habitantes.

Perfil del turista.

De los visitantes que recibe Tepetzotlán, el porcentaje más alto se encuentra en el rango más joven, entre los 18 y 30 años (38.9%). Un alto porcentaje de los turistas encuestados manifestaron realizar la visita por vacaciones o recreación (81%), sin embargo, también se visita el lugar por cuestiones empresariales y trabajo (9.5%).

Demanda Turística

Índice de Satisfacción

La satisfacción de los visitantes es algo especialmente importante y están formados por un conjunto de recursos, actividades y sensaciones vividas por el visitante. Para obtener este índice de satisfacción se consideraron como variables la calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes, el grado de satisfacción de los visitantes, el porcentaje de visitantes y turistas que regresan y el porcentaje de visitantes que recomiendan el destino. Considerando los anterior, Tepetzotlán obtuvo un índice de satisfacción de 9.36 que lo ubica como el tercer mejor evaluado de los Pueblos Mágicos.

De igual forma cuenta con un promedio de 9.30 ante la pregunta de si los turistas estarían dispuestos a regresar y 9.33 si se cumplieron sus expectativas.

Con respecto a la satisfacción referente al consumo de alimentos y bebidas:

Experiencia de consumo de alimentos y bebidas 9.00.

La calidad de los alimentos y bebidas 8.97.

Limpieza e higiene de los establecimientos de alimentos y bebidas 9.14.

Con respecto a la experiencia en el servicio de hospedaje:

Estancia en general 8.79.

La limpieza del hospedaje 9.14.

Atención del personal 9.14.

Con respecto a Servicios de excursión / turísticos:

Calificación de los servicios en general 9.00

Calidad de los servicios de excursión/turísticos 9.17

Atención del personal de los servicios de excursión turísticos 9.08

65% de los visitantes llegan en automóvil particular razón por la cual es importante evaluar la situación de los estacionamientos. La disponibilidad fue evaluada por los turistas con un 7.70 y el precio del estacionamiento lo calificaron con un 8.425.

Dadas las calificaciones antes expuestas Tepetzotlán y su oferta turística generan que 68.4% de los turistas regrese a visitar el destino.

Derrama turística

El gasto promedio diario que realizan los turistas es de \$500 pesos

Patrón de comportamiento

Acorde a los resultados de las encuestas, la estadía en el pueblo es de 4 horas, en promedio.

La demanda por el destino es de 16 semanas al año.

Oferta Turística

Considerando las variables de investigación de oferta, es importante considerar las opciones y variedad que tiene el turista para dormir, comer y visitar.

Ocupación

Actualmente, Tepetzotlán tiene un porcentaje de ocupación del 70%.

Estado del atractivo

De acuerdo con los datos de la Secretaría de Turismo (Sectur), el estado de los atractivos turísticos es Medio.

Gestión Turística

Portal de internet del destino con información turística

El turismo encontró en internet una fuente excelente para expandir los canales de información y venta. Internet proporciona a los turistas acceso a información acerca de destinos en todo el mundo, se ha convertido en el medio de información más importante para obtener y compartir información acerca de destinos, productos y servicios turísticos. El portal de internet de Tepotzotlán tiene una página web atractiva que parece estar actualizada de manera sistemática.

Infraestructura

Conectividad terrestre

Tepotzotlán cuenta con la infraestructura terrestre acceso de calidad, aún no es suficiente.

Conectividad aérea

La infraestructura aérea es de calidad, sin embargo, no es suficiente.

Servicios e Infraestructura privada

Actualmente oferta 466 cuartos, cuenta con 42 establecimientos de alimentos y bebidas, así como con 3 agencias de viajes, y no cuenta con guías de turistas certificados. Su nivel de seguridad es Alto.

Atractivos turísticos

Cuenta con un inventario turístico completo. No cuenta con zonas arqueológicas, declaratorias de patrimonio material o inmaterial, o monumentos históricos.

Profesionalización

El personal para el turismo se puede capacitar en Tepotzotlán mediante 3 planes públicos de capacitación turística. Cuenta con certificaciones M y Punto Limpio. Las carreras que se imparten, a través de 2 instituciones, son Licenciatura en Gastronomía y Turismo, en el Centro Universitario Haller y la UAEM.

Agua

De acuerdo con la Sectur el consumo de agua por habitante en Tepetzotlán es de 228.2 litros y el consumo de agua por cuartos ofertados es de 126 litros.

No se cuenta con datos disponibles para el consumo de agua por cuarto.

Tepetzotlán cuenta con tratamiento de aguas residuales, aunque no se cuenta con el dato de qué proporción.

Desechos

Diariamente en Tepetzotlán, se genera 1.7 kilogramos de basura por habitante, y por turista 0.5 kilogramos. Es 100% eficiente en su sistema de recolección y no cuenta con un relleno sanitario conforme a las normas. Y, recicla 30% del volumen de desechos generados.

No hay programa de manejo de residuos peligrosos.

Beneficios económicos del turismo

Tepetzotlán cuenta con una tasa de desocupación de 1.5%, de acuerdo con la Sectur, que implica una baja tasa de desocupación. El turismo en la economía local representa el 4.2%. El empleo en turismo creció en 1%.

Impacto social

De acuerdo con la Matriz de indicadores de Destinos de Sectur, el nivel de bienestar de Tepetzotlán es Alto (6).

La percepción que se tiene del comercio ambulante es desfavorable, en nivel Alto.

El municipio de Tepetzotlán tiene un grado de rezago social Muy Bajo. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentra que la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 4.04%; la población sin derecho a servicios de salud aumentó en 10 años, al haber pasado de 42.60% en el año 2000 y, en la última evaluación en 2010, se registra el 43.80% de la población carece de este servicio.

Planeación urbana y ambiental

Cuenta con un Plan de desarrollo urbano que se aplica y fue formulado hace menos de 5 años.

No cuenta con programa de ordenamiento ecológico.

Desarrollo urbano

El porcentaje de la población que cuenta con agua potable es de 93.7%.

El porcentaje de población que cuenta con alcantarillado es de 94.2%.

El porcentaje de población que cuenta con energía eléctrica es 95.5%.

El porcentaje de la población que vive en vivienda precaria es 10.42%.

La población que vive en Tepetzotlán tiene un grado de rezago social muy bajo, de acuerdo a las estimaciones del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), este índice muestra la exclusión de los patrones de vida ordinarios de los habitantes e incluye las necesidades básicas. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentran, la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 4.04%; la población sin derecho a servicios de salud ha aumentado, al haber pasado de 42.60% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra el 43.80% de la población carente de este servicio. El porcentaje de viviendas con piso de tierra ha disminuido 0.51% en un periodo de 10 años (2000 – 2010). Otras consideraciones de las condiciones de la vivienda que se toman en cuenta son: si no cuentan con excusado o sanitario, para Tepetzotlán el 3.56% no cuentan con este servicio; los hogares que no disponen de agua entubada representan el 13.98%.

Por otro lado, el grado de marginación representa el impacto de las carencias por la falta de acceso a la educación, residencias inadecuadas y privación de bienes en la población. Dentro de estos indicadores se encuentra el porcentaje de ocupantes sin energía eléctrica que para el año 2010 sólo comprende el 0.88%; las viviendas con algún nivel de hacinamiento representan el 37.99%).

El índice de vivienda precaria indica que 10% o más de las viviendas se encuentran en estado precario en Tepetzotlán.

Imagen urbana

Cuenta con Reglamento de imagen urbana vigente.

Con el análisis factorial de componentes principales de todos los indicadores anteriores se tiene que:

Índice Competitividad y Sustentabilidad

El índice de competitividad de Tepetzotlán fue de: 1.739

El índice de sustentabilidad de Tepetzotlán fue de: -3.251

El índice de competitividad y sustentabilidad fue de: 0.9980, ubicándolo en el cuarto lugar de los Pueblos Mágicos.

Percepción de los habitantes de la comunidad

La población de Tepetzotlán está enterada de la designación como Pueblo Mágico y considera que esto ha sido en beneficio de ellos, reflejados en mayores ingresos y empleos, pues, algunos de los entrevistados viven de que mayor número de turistas visiten la localidad, por ejemplo los restaurantes; también, desde que se otorgó su nombramiento asisten un mayor número de visitantes.

En Tepetzotlán existe, entre los residentes, un porcentaje más alto de familiaridad con las acciones que benefician al destino y aquellas en las que pueden participar los vecinos, por ejemplo en los concursos de algunas festividades locales que atraen a los visitantes, o en la venta de artesanías, etc.

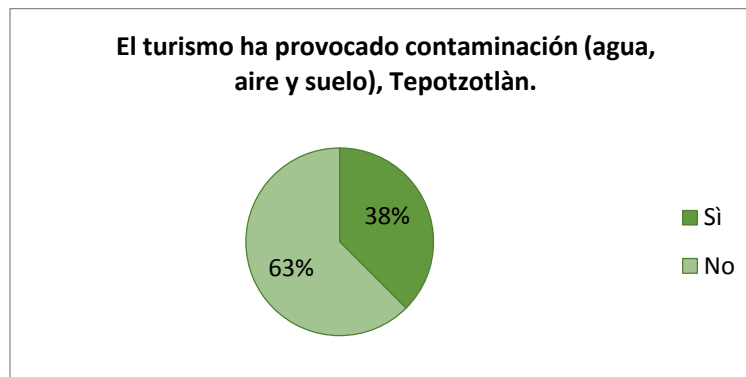
La importancia del turismo es representada con mayores oportunidades de empleo, la conservación de las tradiciones y en la mejor apariencia de la localidad, principalmente.

Por otro lado, algunos de los aspectos que no se han visto beneficiados por la actividad turística son los costos elevados por los servicios públicos y otros productos, y, sobre todo,

el aumento de tráfico en las cercanías del centro, así como la mala imagen que se crea de permitir el consumo de alcohol en la vía pública.

Medio ambiente

La opinión de la generación de contaminación, consecuencia de la actividad turística es baja (37%), pero, el hecho de que exista un problema de tráfico genera contaminación de aire por lo que es importante poner atención en esta alerta.



Tepetzotlán es un destino que tanto a nivel gubernamental, como por parte de la sociedad civil, ha tenido diversas acciones en materia de medio ambiente, algunas de las más importantes son:

Gobierno del Estado de México:

Creación en 1977 del Parque Estatal Sierra de Tepetzotlán, superficie 9,768 ha.

Construcción en 2002 del Centro Ecoturístico de Educación Ambiental Arcos del Sitio, CEEAAS, ubicado en el Parque Estatal Sierra de Tepetzotlán, para promover, fomentar e impulsar la cultura ambiental y la concientización respecto a la temática ambiental.

En CEEAS se imparten conferencias, cursos, talleres, así como ecotecnias, consistentes en la elaboración de productos útiles, a base de desechos sólidos de materia orgánica e inorgánica, jornadas de reforestación, limpieza y mantenimiento de los diferentes parajes de la Sierra de Tepetzotlán.

Gobierno Municipal

En 2012 en conjunto con Jugos del Valle, reforestación del Parque Ecoturístico Lanzarote, con 2,500 árboles y otros 2,500 para el Vivero Municipal.

En agosto del 2012, se iniciaron trabajos para el saneamiento del tiradero de basura a cielo abierto que está en la zona norte de la cabecera municipal.

En diciembre del 2013 se acordó que en enero del 2014, se realice el cierre de una celda del Sitio de Disposición Final de Residuos Sólidos.

Por parte de ONG's

Fundación por el bien de Tepetzotlán IAP

Limpieza Río Chiquito.

Reforestaciones municipales, estatales y federales en diferentes fechas.

Campañas de sensibilización y concientización de manejo de desechos y reforestación en escuelas primarias y secundarias de Tepetzotlán.

Dos reforestaciones en El Paraje Las Antenas, se plantaron 1,000 pinos.

Limpieza y saneamiento en el Barrio Texcacoa.

Fundación Xochitla

En una superficie de 70 hectáreas, el Parque Ecológico Xochitla, es manejado por una fundación que desarrolla diversos proyectos ambientales y realiza estudios técnicos, así como programas de educación, especialmente ambientales y de desarrollo humano. Por medio de los servicios recreativos, educativos y

empresariales que ofrece, se obtienen ingresos destinados a la consolidación y conservación de esta área verde urbana.

Tepetzotlán sin basura

Es una organización que está luchando para el cierre total del Relleno Sanitario ubicado en la orilla de la población, que desde 2011 recibe desechos sólidos de varias Delegaciones y Municipios del D.F.

Competitividad

De acuerdo con las opiniones de los actores entrevistados ellos sugieren las siguientes acciones para mejorar la competitividad:

- Reencarpetado de la carretera Las Cabañas – Arcos del Sitio.
- Centro de Congresos y Convenciones.
- Realizar el proyecto para poner en valor turístico la Presa de la Concepción.
- Concha Acústica en Casa de la Cultura, para eventos artísticos.
- Proyecto para una Plaza Comercial moderna.
- Hacer incubadoras de negocios, enfocadas a la actividad turística.
- Estudio de la vialidad en la zona centro.
- Aplicación de normas y reglamentos en Plaza de La Cruz.
- El nivel de escolaridad de Tepetzotlán es el segundo más alto entre los Pueblos Mágicos. La escolaridad promedio es de 8.8 años, esto equivale a casi secundaria terminada. De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda, actualmente cuenta con:

○ Escuelas en preescolar:	43
○ Escuelas en primaria:	40
○ Escuelas en primaria indígena:	0
○ Escuelas en secundaria:	24
○ Escuelas en profesional técnico:	0
○ Escuelas en bachillerato:	10
○ Escuelas en formación para el trabajo:	1

1.5 Valle de Bravo

A continuación se presentan los datos para los principales indicadores económicos, sociales e institucionales de Valle de Bravo mismos que se encuentran en el cuadro del Anexo 2.5.

Generales del destino

Número de habitantes

La población de Valle de Bravo es de 61,599 habitantes.

Perfil del turista.

De los visitantes que recibe Valle de Bravo, el porcentaje más alto se encuentra en el rango de más edad, el 28.9% manifestó tener 50 años o más de edad. En este destino, el 51% de los turistas realiza la visita por vacaciones o recreación (51%), sin embargo, otro motivo importante para asistir es por cuestiones empresariales y trabajo (32%).

Demanda Turística

Índice de Satisfacción

La satisfacción de los visitantes es algo especialmente importante y están formados por un conjunto de recursos, actividades y sensaciones vividas por el visitante. Para obtener este índice de satisfacción se consideraron como variables la calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes, el grado de satisfacción de los visitantes, el porcentaje de visitantes y turistas que regresan y el porcentaje de visitantes que recomiendan el destino. Considerando lo anterior, Valle de Bravo obtuvo el índice de satisfacción de 9.56. Es el segundo destino con mayor índice de satisfacción, esto responde a la trayectoria que tiene destino, la afluencia de visitantes y la diversidad de actividades que se ofertan, la inversión que se ha realizado en el destino, tanto del sector público como privado, han incentivado a la profesionalización de los servicios turísticos.

Con respecto a la satisfacción referente al consumo de alimentos y bebidas:

Experiencia de consumo de alimentos y bebidas 9.03.

Calidad de los alimentos y bebidas 9.12.

Limpieza e higiene de los establecimientos de alimentos y bebidas 8.95.

Con respecto a la experiencia en el servicio de hospedaje:

Estancia en general 8.61

La limpieza del hospedaje 8.80

Atención del personal 8.61

Con respecto a Servicios de excursión / turísticos:

Calificación de los servicios de excursión/turísticos en general 9.08

Calidad de los servicios de excursión/turísticos 8.92

Atención del personal de los servicios de excursión turísticos 9.00

Por la afluencia de visitantes y la diversidad de actividades que se ofertan, 61% de los visitantes llegan en automóvil particular razón por la cual es importante evaluar la situación de los estacionamientos (Se calificó la disponibilidad con un 6.96 y el precio se calificó con un 7.73).

Dadas las calificaciones antes expuestas para Valle de Bravo y su oferta turística generan que 62.5% de los turistas regrese a visitar el destino.

Derrama turística

El gasto promedio diario que realizan los turistas es de \$2,000 pesos.

Patrón de comportamiento

Con las encuestas se obtuvo que la estadía en el pueblo es de 8 horas, en promedio.

La estacionalidad de la demanda por el destino es de 8 semanas al año.

Oferta Turística

Considerando las variables de investigación de oferta, es importante considerar las opciones y variedad que tiene el turista para dormir, comer y visitar.

Ocupación

En Valle de Bravo tiene un porcentaje de ocupación del 47.72%.

Estado del atractivo

Con los datos de la Secretaría de Turismo (Sectur), el estado de los atractivos turísticos es Medio.

Gestión Turística

Portal de internet del destino con información turística

Internet proporciona a los turistas acceso a información acerca de destinos en todo el mundo. El portal de internet de Valle de Bravo tiene una página web atractiva que parece estar actualizada de manera sistemática.

Infraestructura

Conectividad terrestre y aérea

Valle de Bravo cuenta con la infraestructura de acceso, terrestre y aérea, de calidad y suficiente para el desarrollo turístico.

Servicios e Infraestructura privada

Actualmente oferta 485 cuartos, cuenta con 48 establecimientos de alimentos y bebidas, así como con una agencia de viajes, 4 operadores locales y, 3 guías de turistas certificados. Su nivel de seguridad es Alto.

Atractivos turísticos

Cuenta con un inventario turístico completo. No cuenta con zonas arqueológicas o declaratorias de patrimonio material o inmaterial, en cambio, sí cuenta con monumentos históricos y una zona natural protegida.

Profesionalización

El personal para el turismo se puede capacitar en Valle de Bravo mediante 4 planes públicos de capacitación turística. En la Escuela de Artes y Oficios del municipio se imparten cursos de cocina y el bachillerato tecnológico en turismo. Se cuenta, también, con distinciones M y Punto Limpio.

Agua

De acuerdo con la Sectur el consumo de agua por habitante en Valle de Bravo es de 250 litros. Tiene el 79.2% en tratamiento de aguas residuales.

No se cuenta con datos disponibles para el consumo de agua por cuarto.

Se dispone de una planta para tratamiento de aguas residuales, que puede tratar el 79.2% de agua.

Desechos

Diariamente en Valle de Bravo, se genera 0.85 kilogramos de basura por habitante, y por turista 1.5 kilogramos. Sólo tiene el 77% de eficiencia en su sistema de recolección y no cuenta con un relleno sanitario conforme a las normas. Y, recicla 3.3% del volumen de desechos generados. Así como también, participa en programas de manejo de residuos peligrosos.

Beneficios económicos del turismo

Valle de Bravo cuenta con una tasa de desocupación de 3.93%, de acuerdo con la Sectur, que implica una baja tasa de desocupación. El turismo en la economía local representa el 32%.

El crecimiento en el empleo del año pasado al actual fue de 1%.

Impacto social

De acuerdo con la Matriz de indicadores de Destinos de Sectur, el nivel de bienestar de Valle de Bravo es Medio (4).

La percepción que se tiene del comercio ambulante es moderadamente desfavorable, en nivel medio.

Dentro de los indicadores que se consideran se encuentran, la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 8.28%; la población sin derecho a servicios de salud ha disminuido al haber pasado de 67.10% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra el 34.51% de la población carece de este servicio.

Planeación urbana y ambiental

Cuenta con un Plan de desarrollo urbano que se aplica y fue formulado hace menos de 5 años.

Desarrollo urbano

El porcentaje de la población que cuenta con agua potable es de 92.6%.

El porcentaje de población que cuenta con alcantarillado es de 93.9%.

El porcentaje de población que cuenta con energía eléctrica es 95%.

El porcentaje de la población que vive en vivienda precaria es 13.03%.

La población que vive en Valle de Bravo tiene un grado de rezago social muy bajo, de acuerdo a las estimaciones del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), este índice muestra la exclusión de los patrones de vida ordinarios de los habitantes e incluye las necesidades básicas. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentran, la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 8.28%; la población sin derecho a servicios de salud ha disminuido al haber pasado de 67.10% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra el 34.51% de la población carece de este servicio. El porcentaje de viviendas con piso de tierra ha disminuido 7.37% en un periodo de 10 años (2000 – 2010). Otras consideraciones de las condiciones de la vivienda que se toman en cuenta son: si no cuentan con excusado o sanitario, para Valle de Bravo el 8.63% no cuentan con este servicio; los hogares que no disponen de agua entubada representan el 8.26%.

Por otro lado, el grado de marginación representa el impacto de las carencias por la falta de acceso a la educación, residencias inadecuadas y privación de bienes en la población. Dentro de estos indicadores se encuentra el porcentaje de ocupantes sin energía eléctrica que para el año 2010 sólo comprende el 2.13%; las viviendas con algún nivel de hacinamiento representa el 43.83%.

El índice de vivienda precaria indica que el 10% o más de las viviendas en estado precario en Valle de Bravo.

Imagen urbana

Cuenta con Reglamento de imagen urbana vigente.

Índice Competitividad y Sustentabilidad

Con el análisis factorial de componentes principales de todos los indicadores anteriores se tiene que:

El índice de competitividad de Valle de Bravo fue de: 2.473

El índice de sustentabilidad de Valle de Bravo fue de: 3.098

El índice de competitividad y sustentabilidad fue de: 2.518, ubicándolo en el primer lugar de los Pueblos Mágicos.

Percepción de los habitantes de la comunidad

En Valle de Bravo se tiene conocimiento de la designación como Pueblo Mágico y que los beneficios que conlleva son en la creación de trabajo y mayores ventas para quienes cuentan con un negocio. La opinión (90%) es que desde el nombramiento, el flujo de turistas ha sido mayor. Sin embargo, la información de las acciones llevadas a cabo, no están al alcance de la mayoría de los vecinos, ya que sólo el 22.7% ha sido invitado a participar en actos en beneficio del destino, por ejemplo la limpieza del lago y el cuidado de los árboles que lo rodean.

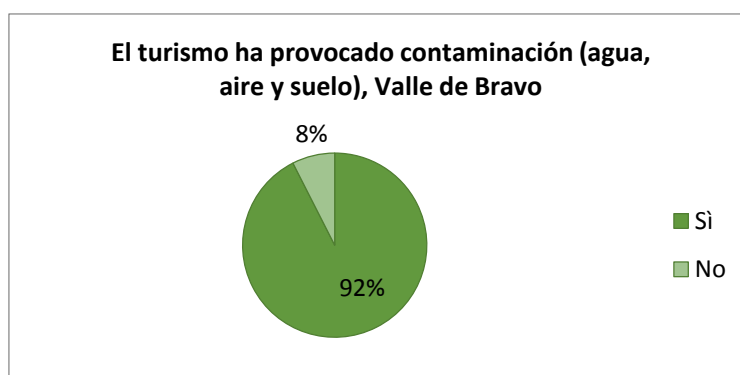
La importancia del turismo entre los vecinos es valorada con el 95%, consideran que el turismo es la principal actividad económica, lo cual se verifica con más oportunidades de empleo (52.5%), mejores servicios públicos (57.5%), la conservación de las tradiciones (90%), un mejor nivel de vida (57.5%), mayor venta para los negocios (72.5%), mejor apariencia de la localidad (75%), y mayor seguridad (67.5%).

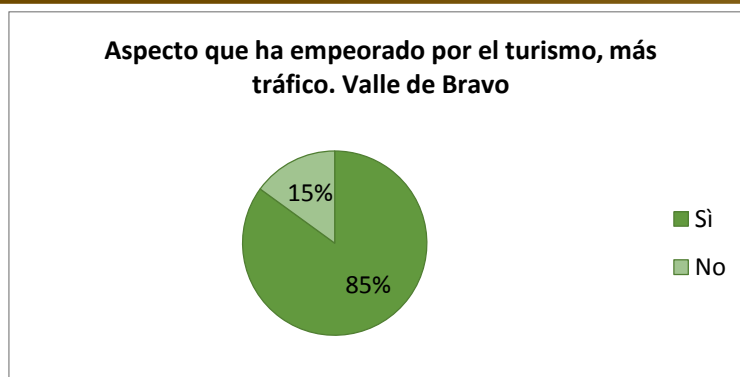
Por el contrario, los aspectos que no han mejorado, por el turismo, para los residentes de Valle de Bravo son el aumento en los precios de los productos y los servicios, y sobre todo la contaminación de agua, aire y suelo, así como el aumento de tráfico.

A pesar de lo anterior, el 90% de las valoraciones acuerdan que el turismo tiene mayores efectos positivos que negativos en el destino.

Medio ambiente

La percepción de que la contaminación de agua, aire y suelo ha aumentado por el turismo ha tenido un resultado poco favorable para la localidad, pues, de acuerdo a las encuestas realizadas, el 92.5% tiene esta opinión. Y, su valoración del aumento de tráfico, genera más problemas de contaminación del aire.





La principal fortaleza de Valle de Bravo como destino turístico son los recursos naturales, que incluyen la presa, bosques, cascadas, fauna, flora y su clima. La región recibe por parte de las autoridades federales mucha atención en temas medioambientales, pues es una de las mayores fuentes de abastecimiento de agua de la zona metropolitana de la Ciudad de México.

A nivel gubernamental y por parte de la sociedad civil, se han realizado diversas acciones en materia de medio ambiente, algunas de las más importantes en 2013 fueron:

Gobierno Federal

Semarnat trabaja con los Programas Probosque y Pago de servicios ambientales hidrológicos.

CNA trabaja en obras de mantenimiento y prevención en la Presa.

SCT tiene una Capitanía de Puerto que es la autoridad en la presa y la zona federal.

La Profepa y el Gobierno del Estado de México, firmaron un convenio para atacar tala clandestina (septiembre 2013).

Gobierno del Estado de México:

El 28 de junio de 2013, se declara como Área Natural Protegida con la categoría de Parque Estatal, la zona denominada "Monte Alto" ubicada en el municipio de Valle de Bravo con una superficie de 677 ha; está limitada al norte por el río Los Tizantes, al este por el Valle de Acatitlán y al oeste por las laderas donde se asienta el poblado de Valle de Bravo.

Gobierno Municipal

Se impartieron a empresas turísticas, cursos sobre Concientización del cuidado del medio ambiente.

La recolección de basura se realiza en forma coordinada entre Ecología, Servicios Públicos y APAS. Se tienen 5 tipos de contenedores en las zonas de mayor afluencia de visitantes.

Mantenimiento a 2 Plantas Tratadoras de Aguas Residuales PTAR.

Se realizaron trabajos para mejorar el Relleno Sanitario Municipal.

Se amplió el parque vehicular de recolección de residuos sólidos.

Las ONG's, son muy activas en el destino, algunas de las más importantes describen sus acciones de la siguiente forma:

Fondo Pro Cuenca de Valle de Bravo

Ante la preocupación generada por el evidente deterioro de los bosques, ríos y lagunas de la zona, un grupo de visitantes y vecinos de Valle de Bravo decidieron en 1999 organizarse para trabajar por la conservación de este hermoso lugar.

Observatorio Ciudadano de la Cuenca Valle de Bravo – Amanalco

Nuestra misión es vigilar y promover el ejercicio y cumplimiento de los derechos y obligaciones ambientales mediante iniciativas y acciones que generen confianza, participación y cohesión entre ciudadanía y autoridades e incidir en la legislación y políticas públicas para el desarrollo sustentable, en beneficio de las presentes y futuras generaciones de la Cuenca de Valle de Bravo – Amanalco.

CONTRACORRIENTE Cambiemos el destino de Valle de Bravo

Es una organización privada sin fines de lucro, que promueve acciones a favor del rescate y conservación de la región, a través de apoyos financieros a proyectos que favorezcan la permanencia de los bosques y arroyos de la región, al tiempo que permitan lograr el bienestar de sus habitantes.

Competitividad

De acuerdo con las opiniones de los actores entrevistados ellos sugieren las siguientes acciones para mejorar la competitividad:

- Contar con un producto turístico que maneje el municipio, como un Balneario
- Creación de un Centro de Congresos y Convenciones, con lo cual se puede virar hacia un nuevo segmento de mercado, turismo de convenciones.
- Promover alianza con el aeropuerto de Toluca
- Mejorar la vialidad en la zona centro.
- El nivel de escolaridad de Valle de Bravo deberá seguir siendo una prioridad tanto nacional como municipal. La escolaridad promedio es de 7.9 años, esto equivale a casi secundaria trunca. De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda, actualmente cuenta con:
 - Escuelas en preescolar: 68
 - Escuelas en primaria: 65
 - Escuelas en primaria indígena: 0
 - Escuelas en secundaria: 36
 - Escuelas en profesional técnico: 0
 - Escuelas en bachillerato: 9
 - Escuelas de formación para el trabajo: 1



2.- Ejes de la Política Nacional Turística

El desarrollo de los compromisos que deberá realizar cada uno de los Pueblos Mágicos, están fundamentados y enmarcados en el Plan Nacional de Desarrollo y en el Código Administrativo del Estado de México. Así mismo deben responder a los objetivos del Programa de Pueblos Mágicos y a las acciones que a nivel municipal se desarrollan. A continuación se describen los ejes de la política nacional comenzando a nivel federal, estatal y municipal.

2.1. Plan Nacional de Desarrollo.

Respecto al Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018 es notoria la mención del turismo en cuanto a que se requiere una política moderna de fomento económico en sectores estratégicos. Esta moderna política debe enfocarse en aquellos sectores estratégicos que tienen una alta capacidad para generar empleo, competir exitosamente en el exterior, democratizar la productividad entre sectores económicos y regiones geográficas, y generar alto valor a través de su integración con cadenas productivas locales. Las actividades productivas de pequeñas y medianas empresas, del campo, la vivienda y el turismo son ejemplos de ello.

De acuerdo con el PND, El turismo representa la posibilidad de crear trabajos, incrementar los mercados donde operan las pequeñas y medianas empresas, así como la posibilidad de preservar la riqueza natural y cultural de los países. Una evidencia al respecto es que 87% de la población en municipios turísticos en nuestro país tiene un nivel de marginación “muy bajo” de acuerdo con el CONEVAL, mientras que la cifra equivalente en los municipios no turísticos es de 9 por ciento.

El PND enmarca el diagnóstico del turismo en México y considera que nuestro país debe aprovechar integralmente el crecimiento del sector turístico a nivel mundial. Se debe mejorar el valor agregado de la oferta de este tipo de productos. En los últimos 30 años (1982-2012), los turistas internacionales en México han observado una Tasa Media de Crecimiento Anual (TMCA) de 2.0%. Como resultado, el país ha perdido posiciones en la

clasificación de la Organización Mundial de Turismo (OMT), al pasar del séptimo lugar en 2000, al décimo en 2011 en la recepción de turistas internacionales y actualmente se encuentra en el décimo tercer lugar en 2013, con 23.4 millones de turistas al año. En cuanto al ingreso de divisas pasó del duodécimo al vigésimo tercero, en el mismo periodo y actualmente se encuentra en el lugar vigésimo cuarto en 2013 con 12.7 mil millones de dólares. Los países emergentes hoy en día son los que ofrecen mayor potencial para el crecimiento de la afluencia de turistas. Por tanto, es necesario considerar estrategias de promoción que atraigan a visitantes de estos países y regiones, como Rusia, China, Corea y América Latina. México se encuentra bien posicionado en el segmento de sol y playa, pero otros como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, de salud, deportivo, de lujo, de negocios y reuniones o de cruceros, ofrecen la oportunidad de generar más derrama económica.

En lo que se refiere al mercado interno, éste explica el 82.3% del consumo turístico del país. El flujo de personas registrado durante 2012 fue de más de 68 millones de turistas nacionales en hoteles, cifra que representa un máximo histórico y un incremento de 6.6% en el 2011. Por otro lado, la tasa media anual de crecimiento de la oferta total de cuartos de alojamiento fue de 4% entre 2000 y 2012, para alcanzar un nivel de 677,000. Además, la oferta de alojamiento contribuyó a generar 2.5 millones de puestos de trabajo en 2010, lo que representaba el 6.9% del empleo total.

Sin embargo, se deben fomentar esquemas financieros especializados y accesibles que sirvan para promover inversiones turísticas. Asimismo, es indispensable consolidar el modelo de desarrollo turístico sustentable, que compatibilice el crecimiento del turismo y los beneficios que éste genera, a través de la preservación y el mejoramiento de los recursos naturales y culturales. Adicionalmente, se requiere fortalecer el impacto del turismo en el bienestar social de las comunidades receptoras, para mejorar las condiciones de vida de las poblaciones turísticas.

En este sentido, todas las políticas de desarrollo del sector deben considerar criterios enfocados a incrementar la contribución del turismo a la reducción de la pobreza y la inclusión social.

En estricto sentido y tomado del PND el turismo se enmarca en el:

Tema 4: México próspero y específicamente en el

Objetivo 4.11. Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país.

Las estrategias que se incluyen son:

Estrategia 4.11.1. Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico.

Líneas de acción

- Actualizar el marco normativo e institucional del sector turístico.
- Promover la concurrencia de las acciones gubernamentales de las entidades federativas en materia de turismo, con las del Gobierno Federal.
- Alinear la política turística de las entidades federativas a la Política Nacional Turística.
- Impulsar la transversalidad presupuestal y programática de las acciones gubernamentales, coordinándolas hacia los objetivos de la Política Nacional Turística.

Estrategia 4.11.2. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico.

Líneas de acción

- Fortalecer la investigación y generación del conocimiento turístico.
- Fortalecer la infraestructura y la calidad de los servicios y los productos turísticos.

- Diversificar e innovar la oferta de productos y consolidar destinos.
- Posicionar adicionalmente a México como un destino atractivo en segmentos poco desarrollados, además del de sol y playa, como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, salud, deportes, de lujo, de negocios y reuniones, cruceros, religioso, entre otros.
- Concretar un Sistema Nacional de Certificación para asegurar la calidad.
- Desarrollar agendas de competitividad por destinos.
- Fomentar la colaboración y coordinación con el sector privado, gobiernos locales y prestadores de servicios.
- Imprimir en el Programa Nacional de Infraestructura un claro enfoque turístico.

Estrategia 4.11.3. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos.

Líneas de acción

- Fomentar y promover esquemas de financiamiento al sector con la Banca de Desarrollo.
- Incentivar las inversiones turísticas de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Promover en todas las dependencias gubernamentales de los tres órdenes de gobierno los esquemas de simplificación y agilización de trámites para la inversión.
- Elaborar un plan de conservación, consolidación y replanteamiento de los Centros Integralmente Planeados (CIP), así como la potenciación de las reservas territoriales con potencial turístico en manos del Estado.
- Diseñar una estrategia integral de promoción turística internacional para proyectar una imagen de confiabilidad y modernidad.

- Detonar el crecimiento del mercado interno a través del desarrollo de nuevos productos turísticos, para consolidarlo como el principal mercado nacional.

Estrategia 4.11.4. Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.

Líneas de acción

- Crear instrumentos para que el turismo sea una industria limpia, consolidando el modelo turístico basado en criterios de sustentabilidad social, económica y ambiental.
- Impulsar el cuidado y preservación del patrimonio cultural, histórico y natural del país.
- Convertir al turismo en fuente de bienestar social.
- Crear programas para hacer accesible el turismo a todos los mexicanos.
- Promover el ordenamiento territorial, así como la seguridad integral y protección civil.

Por tanto, es imprescindible **aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país.** Este objetivo se traduce en impulsar el ordenamiento y la transformación sectorial; impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico; fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo por medio de la promoción eficaz de los destinos turísticos; y propiciar que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.

2..2Lineamientos y Directrices Estratégicas - Plan Estatal de Desarrollo.

El Código Administrativo del Estado de México (CAEM) fija las bases para planear, programar, ordenar clasificar, normar, promover, fomentar y regular la actividad turística sustentable en el Estado.

Por turismo sustentable en el propio CAEM, se entiende como el desarrollo de la actividad turística mediante un proceso de cambio cualitativo basado en un equilibrio entre el aprovechamiento y la preservación del patrimonio natural y cultural, su viabilidad económica y la equidad social para las comunidades de dicha vocación.

En el artículo 4.2 se detallan las finalidades en el ámbito del turismo que son:

- I. Posicionar al turismo como actividad prioritaria en las agendas estatal y municipal.
- II. Fortalecer el desarrollo turístico de la entidad a través de una estrategia de turismo sustentable.
- III. Fomentar la inversión pública y privada (nacional y extranjera), como detonante del desarrollo turístico en la entidad que permita generar productos turísticos sustentables.
- IV. Impulsar una cultura de “turismo de calidad”, como medio para elevar la competitividad y la productividad de la oferta turística del Estado.
- V. Desarrollar propuestas de turismo alternativo en la entidad que garanticen su diversificación.
- VI. Ofrecer condiciones de satisfacción y seguridad de los turistas.
- VII. Promover una cultura turística entre los mexicanos.
- VIII. Fomentar acciones que garanticen un turismo para todos.

El encargado de estas finalidades es la Secretaría de Turismo del Estado la cual de acuerdo con el Artículo 4.5Bis, tiene las siguientes atribuciones:

- I. Planear, programar, ordenar, clasificar, promover, y regular la actividad turística sustentable y el desarrollo artesanal en el Estado.
- II. Elaborar y proponer al Titular del Ejecutivo Estatal para su aprobación el Programa Estatal de Turismo Sustentable, en congruencia con el Plan Estatal de Desarrollo; y conforme a lo que se establezca en las disposiciones legales aplicables.
- III. Establecer los lineamientos generales para la elaboración de los Programas Municipales de Turismo.

- IV. Proponer al Titular del Ejecutivo Estatal las zonas de interés turístico sustentable para su aprobación.
- V. Instrumentar las medidas conducentes y los medios necesarios para la correcta vinculación y colaboración entre los diferentes órdenes de gobierno en apoyo a los programas de desarrollo turístico.
- VI. Suscribir convenios para fomentar y desarrollar el turismo sustentable en el Estado.
- VII. Fomentar en coordinación con los Ayuntamientos de los municipios, acciones y/o programas para el desarrollo de un turismo para todos.

2.3 Lineamientos Sectoriales - Plan Municipal de Desarrollo

En el Artículo 4.6 del Código Administrativo del Estado de México se describen las atribuciones de los municipios en términos de turismo y las obligaciones de información a la Secretaría de Turismo del Estado de México.

- I. Elaborar conforme a los lineamientos establecidos, el Programa Nacional de Turismo y hacerlo del conocimiento de la Secretaría.
- II. Promover un turismo de calidad acorde con las expectativas y demandas de los turistas.
- III. Otorgar incentivos para quienes desarrollen proyectos turísticos con enfoque del desarrollo sustentable
- IV. Orientar a los prestadores de servicios e inversionistas en materia turística en la gestión de licencias y permisos.
- V. Proteger los derechos de los turistas y establecer medidas de seguridad y auxilio.
- VI. Promover la capacitación de los trabajadores e impulsar el empleo de mano de obra local en las instalaciones turísticas existentes.
- VII. Elaborar los Reglamentos de Imagen Urbana y observar las disposiciones de los Decretos de Patrimonio Histórico Inmobiliario correspondientes, conservando y preservando el entorno urbano del municipio.

- VIII. Coadyuvar con las autoridades estatales en la observancia y cumplimiento de las normas oficiales turísticas aplicables, así como el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los prestadores de servicios turísticos.
- IX. Integrar el Consejo Consultivo de Turismo Municipal, que tendrá por objeto proponer y formular estrategias y acciones a la Administración Pública Municipal, con el fin de lograr un desarrollo integral de la actividad turística del Municipio. Será integrado por Presidente Municipal, y los funcionarios que éste determine, conforme a lo que establezcan las disposiciones reglamentarias.
- X. Mantener actualizado un registro municipal de prestadores de servicios turísticos, e informar a la Secretaría a más tardar en los meses de marzo y octubre, para la actualización del Registro Estatal de Prestadores de Servicios Turísticos.
- XI. Informar a la Secretaría las inversiones que en materia turística se generen en sus municipios.

En la siguiente sección se enmarcarán las principales acciones dentro de los Planes Municipales de Desarrollo de cada uno de los Pueblos Mágicos.

2.4 Objetivos y líneas estratégicas del Programa de Pueblos Mágicos

De igual forma los proyectos deben responder a los objetivos y líneas de acción estratégica que a continuación se mencionan del documento del Programa de Pueblos Mágicos desarrollado por la Sector federal.

Los objetivos del Programa son:

- I. Estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país, basada fundamentalmente en los atributos histórico - culturales de localidades singulares.
- II. Aprovechar la singularidad de las localidades para la generación de productos turísticos basados en las diferentes expresiones de la cultura local; artesanías, festividades, gastronomía, y tradiciones, entre otras.
- III. Aprovechar la singularidad de las localidades para la generación de otros productos turísticos tales como la aventura y el deporte extremo, el ecoturismo, la

pesca deportiva, y otros que signifiquen un alto grado de atraktividad dentro del territorio de la localidad participante.

- IV. Poner en valor, consolidar y/o reforzar los atractivos de las localidades con potencial y atraktividad turística, fomentando así flujos turísticos que generen:
 - a. Mayor gasto en beneficio de la comunidad receptora (artesanías, gastronomía, amenidades y el comercio en general), así como,
 - b. La creación y/o modernización de los negocios turísticos locales.
- V. Que el turismo local se constituya como una herramienta del desarrollo sustentable de las localidades incorporadas al programa, así como en un programa de apoyo a la gestión municipal.
- VI. Que las comunidades receptoras de las localidades participantes aprovechen y se beneficie del turismo como actividad redituable como opción de negocio, de trabajo y de forma de vida.

Las líneas de acción estratégica son:

- I. *Infraestructura, Servicios e Imagen Urbana.* La inversión en obra pública de apoyo directo a la actividad turística en proyectos de creación, rehabilitación y mejoramiento de la Imagen Urbana conlleva necesariamente atender aspectos de infraestructura básica y servicios.
- II. *Creación, Mejoramiento y Rehabilitación de Sitios de Interés Turístico.* En paralelo se han venido realizando obras de mejoramiento y rehabilitación en sitios de interés turístico de las localidades que significan un lugar de visita obligada o de alta concentración de visitantes.
- III. *Equipamiento Turístico.* Poner en valor turístico una localidad, significa crear condiciones para que la misma y sus sitios de interés puedan ser visitados y disfrutados de tal manera que los proyectos están encaminados a elevar el grado de satisfacción de los usuarios.
- IV. *Creación, Desarrollo e Innovación de Productos Turísticos.* Es un tema fundamental para la diversificación y diferenciación de las localidades participantes, es de hecho

el tema que puede personalizar a cada una de ellas, al atender líneas de producto turístico más especializadas, en función de los mercados *objetivo*. Si bien la esencia de los pueblos mágicos es el turismo cultural, los proyectos también pueden tener como objetivo en los alrededores y zona de influencia de las localidades principales, el desarrollo del turismo rural, del de aventura, del ecoturismo, del deportivo, del social, del de salud, en todos sus tipos y formas.

- V. *Excelencia y Calidad de los Servicios*. La calidad en destinos y productos es una condición de mercado y uno de los factores de éxito para lograr la competitividad. La calidad en el turismo de los Pueblos Mágicos deber ser total y compete tanto a autoridades de los tres niveles de gobierno como a los propietarios de los servicios turísticos, sea en los procesos administrativos, sea en la prestación de los servicios personalizados.
- VI. *Profesionalización, Capacitación y Cultura Turística*. Lograr la calidad, rentabilidad y competitividad de las empresas y de los destinos turísticos, implica necesariamente trabajo en dos sentidos; por un lado profesionalizar al personal operativo o de contacto, tanto en sus aptitudes como en sus actitudes respecto de la actividad turística y respecto al turista, y por el otro a las comunidades receptoras que intervienen indirectamente en la prestación de servicios.
- VII. *Modernización de las pequeñas y medianas empresas*. El Programa de Modernización de las PYMES turísticas considera, como una de sus estructuras vertebrales, el impulso a la instrumentación de programas para mejorar la calidad que permitan tener un impacto positivo en la prestación de servicios, contribuyendo a una integración más eficiente en la cadena productiva.
- VIII. *Desarrollo sustentable de la actividad turística*. Con este programa se busca asegurar la sustentabilidad en el turismo, mediante un programa de trabajo que propone estrategias y acciones en el corto, mediano y largo plazo, con el objeto de fortalecer la dinámica de las regiones turísticas.
- IX. *Fomento a la Inversión*. Promover la inversión turística en los Pueblos Mágicos es una tarea constante. Modernizar la empresa turística, crear y mantener

instalaciones, desarrollar nuevos productos turísticos, mantener la infraestructura de apoyo al turismo, habilitar y crear estructuras de en sitios de interés turístico requiere de inversión pública y privada.

- X. *Mercadotecnia Integral*. Informar, dar a conocer, motivar y posicionar los destinos y productos turísticos en los Pueblos Mágicos, será una labor constante, considerando siempre la relación producto-mercado, para que las campañas efectivamente penetren en los diferentes públicos objetivo.
- XI. *Certificación Ambiental Turística*. Programa realizado en coordinación con la PROFEPA, que representa una auditoria ambiental voluntaria enfocado a instalaciones turísticas cuyo objetivo es certificar a empresas con niveles mínimos de contaminación.



3.- Matriz de Compromisos

Es de suma importancia resaltar que gran parte de las acciones realizadas en los Pueblos Mágicos en ocasiones no responden a los ejes señalados arriba aunado a que no cuentan con una planeación estratégica, es decir que respondan a una visión, misión y acciones estratégicas. Es por ello que las Agendas de Competitividad de cada uno de los destinos deben incluir proyectos que cumplan con los principios siguientes:

- 1) Alineados con los ejes de la política nacional.
- 2) Alineados a una planeación estratégica específica de cada uno de los municipios. Es fundamental considerar que la magia de cada destino deber ser parte de la visión de los mismos.
- 3) Deben cumplir con las líneas de acción estratégica de los Pueblos Mágicos.
- 4) Que sean producto de las aportaciones de los propios habitantes de la localidad.
- 5) Deben ser reales, prácticos y viables.
- 6) Deben ser parte de un Plan o Visión Estratégica del Turismo, que oriente a largo plazo la política turística. Este sirve para definir el rol y peso del turismo en la economía local, estrategia territorial, estrategia de productos– mercados, posicionamiento.

En cada uno de los destinos se describen al principio las acciones dentro de los Planes Municipales de Desarrollo y posteriormente en cuadros específicos se describen los proyectos prioritarios que deben realizar los Pueblos Mágicos a fin de elevar su competitividad, de tal forma que al mismo tiempo cumplan con la generación de bienestar al interior de las localidades.

3.1 Proyectos en El Oro

De acuerdo con Plan de Desarrollo Municipal de El Oro 2013-2015, a nivel municipal la visión del gobierno es “Ser una administración municipal, que potencialice los elementos de carácter entrópicos y naturales de la entidad para consolidar el programa de pueblo mágico en el entorno estatal y nacional, para ofrecer al turismo un poblado de tranquilidad y calidad en sus bienes y servicios”.

Así mismo el compromiso político atiende a que el municipio consolidará el Turismo “...promoviéndolo a nivel nacional como un Pueblo Mágico, por lo que es necesario

estructurar un sistema regional turístico en El Oro, para que la gente además de visitar nuestro Palacio Municipal, La Torre Tiro Norte y Teatro Centenario, se trasladen también a la Presa Brockman, donde se desarrolle un programa ecoturístico integral que haga más atractivo este lugar”.

En esta administración se trata de impulsar el valor, consolidar los atractivos de las localidades con potencial y atraktividad turística, fomentando así flujos turísticos que generen e impulsar el mayor gasto en beneficio de la población receptora (artesanías, gastronomía, amenidades y el comercio en general), así como, la creación y/o modernización de los negocios turísticos locales. Que sea el turismo local que se constituya como una herramienta del desarrollo sustentable y beneficio social, a través de actividades redituables como opción de negocio, de trabajo y de forma de vida.

El Oro es el municipio que más acciones dentro de su Plan Municipal presenta, tales como: *Programa Fomento turístico y promoción artesanal*, cuyo objetivo es realizar proyectos para impulsar la inversión social y privada que incremente la calidad de los servicios turísticos, desarrollando nuevos destinos altamente competitivos que generen ingresos y empleo para la población, a través de acciones tendientes a mejorar, diversificar y consolidar la oferta de infraestructura turística con una regulación administrativa concertada con los prestadores de servicios.

Proyecto: Promoción e información turística

Objetivo: Fomentar la promoción e información turística acciones para posicionar los destinos turísticos de la entidad, a través de la promoción y difusión de sus atractivos, que den como resultado una importante derrama económica y la generación de nuevos empleos.

Proyecto inversión turística

Objetivo: Realizar acciones orientadas a impulsar la inversión social y privada en el sector para incrementar la calidad y cantidad de los servicios turísticos, así como la mejora de la infraestructura y la diversificación y consolidación de la oferta de los destinos turísticos.

Proyecto: organización, capacitación y asesoría financiera

Objetivo: Realizar acciones para fomentar la integración de artesanos en organizaciones formalmente constituidas, para realizar eventos de capacitación y venta que contribuyan al desarrollo integral del sector artesanal, y las acciones para promover las distintas fuentes de financiamiento a las que los artesanos pueden acceder.

Valor Singular, Magia

Antes conocido como Real de Minas cuenta con elementos característicos que permiten regresar a la época donde viajar en ferrocarril y caminar por callejones con adoquín era rutinario y normal. Con toques de nostalgia por las conversaciones en los balcones, y las convivencias de los trabajadores de las minas con el trago tradicional, la *chiva*. Ahora quedan las construcciones de aquellos momentos, el Palacio Municipal y el Teatro Juárez con estilo francés. La tradición minera reflejada en su museo mediante fotografías y piezas de trabajo. Sin olvidar la Presa Brockman que, rodeada de un paisaje de bosque, permite la pesca de trucha.

Con base en estas líneas se proponen los siguientes proyectos en El Oro:

Destino	El Oro, Estado de México			Numero	1
Línea estratégica del Programa Pueblos Mágicos	Creación, desarrollo e innovación de productos turísticos.				
Nombre del Proyecto	Fortalecimiento de la oferta turística de El Oro: visitas guiadas			Prioridad	Alta
Descripción	Actualmente se ofrecen recorridos por los principales atractivos de El Oro, con duración aproximada de 1 hora, se propone fortalecer esta actividad con la implementación de un guion explicativo mediante el cual se brinde información acerca de los atractivos de manera interactiva con guías personificados como habitantes y mineros de principios del siglo XX.				
Tipo de proyecto	Oferta Turística	Nuevo		Continuación	X
Justificación	La realización de este recorrido permitirá a los turistas vivir una experiencia, es decir, las percepciones y sensaciones que se generaran durante el recorrido, se generarán a partir de una simulación de un pueblo minero que permitirá generar en los viajeros una reflexión acerca de la forma de vida de aquella época dándole un valor				

	<p>añadido.</p> <p>Las realidades nuevas (poco habituales, placenteras y orientadas a la evasión de la cotidianidad) son más demandadas que las realidades auténticas.</p>
Problemática a resolver	<p>El servicio deficiente.</p> <p>Falta de oferta turística</p>
Acciones a realizar	<p>Diseño de un guion explicativo</p> <p>Integrar un grupo de personas con habilidades histriónicas que brinden el servicio de recorridos guiados.</p> <p>Diseñar un plan de comercialización para las visitas guiadas</p> <p>Capacitación</p>
Agentes involucrados	<p>Dirección de turismo Municipal</p> <p>Secretaría de turismo Estatal</p> <p>Secretaría de turismo Federal</p> <p>Comité Pueblos mágicos</p> <p>Empresarios Locales</p>

Destino	El Oro, Estado de México	Numero	2
Línea estratégica del Programa Pueblos Mágicos	Creación, desarrollo e innovación de productos turísticos.		
Nombre del Proyecto	Implementación de actividades acuáticas en la presa Brockman	Prioridad	Alta
Descripción	<p>La presa Brockman cuenta con un potencial turístico que hasta la fecha no ha sido aprovechado, por ello es importante desarrollar un producto ecoturístico que consiste: En la renta de lanchas para hacer recorridos por la presa y también para practicar pesca recreativa. En el sitio se podrá rentar el equipo necesario para poder realizar la actividad.</p> <p>Para lograr una estadía de los turistas en el sitio se rentará el espacio y/o el equipo para poder acampar en la presa.</p>		
Tipo de proyecto	Oferta turística	Nuevo	<input checked="" type="checkbox"/> Continuas
Justificación	<p>Lograr un ordenamiento y desarrollo integral sustentable de actividades, eco turísticas en las presas Brockman, a través de acciones sustentables permitirán su óptimo aprovechamiento en beneficio principal de la comunidad, creando mejores condiciones sociales y económicas, para lograr certidumbre en el desarrollo de proyectos comunales e inversiones privadas, que deriven en la generación de empleos y una mejor calidad de vida de los usuarios actuales, y habitantes de la comunidad, transformándose este proyecto en detonante económico regional.</p>		
Problemática a resolver	<p>No cuentan con infraestructura básica para brindar el servicio como: baños públicos, área de estacionamiento, área para acampar, palapas para comer, rampas de botado y lanchas.</p> <p>Contaminación de la presa.</p> <p>Evitar la improvisación de los servicios turísticos.</p>		
Acciones a realizar	<p>Equipamiento (equipo para pescar, chalecos)</p> <p>Construcción de infraestructura básica.</p> <p>Señalética</p> <p>Impulsar la creación de un Comité de Turismo en la Asamblea General de Ejidatarios.</p> <p>Limpieza de las presas</p> <p>Capacitación de personal operativo y administrativo</p> <p>Coordinación entre la Dirección de Turismo y los ejidatarios para diseñar la imagen y reglamento de la presa.</p> <p>Repoblación de peces</p> <p>Diseñar manuales de operación.</p> <p>Establecer programas de acuacultura</p> <p>Difusión y comercialización de integral de los productos.</p>		
Agentes involucrados	SAGARPA, SEPANAF, CONAGUA, SEMARNAT, Gobierno del Estado de México, SECTUR Federal y SECTUR Estatal, Dirección de Turismo, Asamblea General de Ejidatarios		

Destino	El Oro, Estado de México	Numero	3
Línea estratégica del Programa Pueblos Mágicos	Creación, desarrollo e innovación de productos turísticos. / Equipamiento turístico		
Nombre del Proyecto	Rescate de la cultura minera de El Oro	Prioridad	Media
Descripción	<p>Siendo la cultura minera la vocación de El Oro, es importante integrar sus atractivos, su historia y leyendas en un producto turístico: Recorrido en tren, temático interactivo y guiado por sus principales atractivos, en el que se recreará la vida cotidiana de la época minera y se cuenten las leyendas del destino.</p> <p>Para completar la experiencia de vivir un día en un pueblo minero, los boletos del recorrido se venderán en las ventanillas del Museo de la Antigua Estación del Ferrocarril.</p> <p>El recorrido incluirá la pres Brockman y concluirá con la comida en el Restaurante El Vagón Express</p>		
Tipo de proyecto	Oferta turística	Nuevo	Continuación X
Justificación	La realización de este proyecto articulara los principales atractivos y recursos turísticos de El Oro ampliando la oferta de actividades recreativas y reafirmando la magia del pueblo que radica en la actividad minera.		
Problemática a resolver	<p>Difusión y comercialización</p> <p>Logística</p> <p>Falta de transporte</p> <p>Oferta turística deficiente</p> <p>Desarticulación de los atractivos turísticos</p>		
Acciones a realizar	<p>Equipamiento (tren turístico)</p> <p>Capacitación del personal</p> <p>Infraestructura</p> <p>Restauración y acondicionamiento del Museo Antigua Estación del Ferrocarril.</p> <p>Diseñar el manual de opera</p> <p>Coordinación entre la Dirección de Turismo y los responsables de cada atractivo.</p> <p>Ambientar el Restaurante el Vagón Express.</p> <p>Difusión y comercialización de integral de los productos.</p>		
Agentes involucrados	Gobierno del Estado de México, SECTUR Federal y SECTUR Estatal, Dirección de Turismo, CONCAULTA.		

Destino	El Oro, Estado de México	Numero	4
Línea estratégica del Programa Pueblos Mágicos	Mercadotecnia Integral		
Nombre del Proyecto	Diseño de imagen, difusión y promoción	Prioridad	Alta
Descripción	se definirá una imagen del destino, y se concentrara información actualizada de productos, atractivos y servicios; para su utilización en medio publicitarios		
Tipo de proyecto	Promoción y difusión	Nuevo	X Continuation
Justificación	Las acciones de promoción y difusión de los atractivos y servicios turísticos de El Oro incentivan en la generación de empleos y en el fomento al desarrollo de nuevos productos y servicios generando, al mismo tiempo, el incremento de la derrama económica del destino.		
Problemática a resolver	Falta de una imagen del destino Incrementará la afluencia de visitantes. Se evitará las percepciones desproporcionadas que tienen los visitantes debido a la publicidad mal enfocada y engañosa Tener la información oportuna de acuerdo a las demandas de los turistas regionales y nacionales.		
Acciones a realizar	Clasificar y actualizar información en una base de datos del destino (Recursos, atractivos, servicios y productos) Conocer el perfil de los visitantes y turistas de El Oro Establecer campañas de publicidad y promoción permanentes Impulsar la participación de las empresas turísticas para realizar promoción conjunta. Difundir la historia, valores y riqueza cultural de El Oro		
Agentes involucrados	SECTUR Federal, SECTUR Estatal, dirección de turismo municipal		

3.2 Proyectos en Malinalco

De acuerdo con el Plan de Desarrollo de Malinalco 2013-2015, la visión del gobierno es “un Gobierno Municipal ejemplar en la administración pública, caracterizado por sus acciones orientadas al bien común, a través del cumplimiento de las disposiciones legales, con mejor capacidad jurídica, política y administrativa, que se apoye en la planeación democrática para fortalecerse como la instancia de gobierno más cercana a la comunidad, comunidad que se espera sea más autogestora con mayor interés y gusto por la cultura, el arte, el deporte, así como todas sus manifestaciones tradicionales y populares, con un fortalecido espíritu de lucha, trabajo y creciente responsabilidad ciudadana.

El turismo se encuentra circunscrito en el Objetivo 5. Potenciar el crecimiento de sectores económicos específicos. La vocación turística así como de servicios de Malinalco es incuestionable. Desde 2005 Malinalco optó por un esquema de apoyo al turismo como otra opción de crecimiento económico y desarrollo. Sus recursos histórico-culturales y naturales, así como las iniciativas gubernamentales de apoyo a la infraestructura, equipamiento y profesionalización del sector turístico han tenido resultados muy positivos en la evolución económica del municipio. No solo se ha consolidado el turismo como una de las actividades económicas más sólidas de la localidad sino que también ha repercutido de manera indirecta en otros segmentos como el comercio, los servicios y la construcción. Con acciones específicas que son:

Promover inversiones públicas y privadas en el segmento del turismo para coadyuvar en el posicionamiento de Malinalco como uno de los principales destinos turísticos de la entidad.

Desarrollar proyectos de nuevos atractivos y productos turísticos en el municipio.

Apoyar los programas de certificación entre los prestadores de servicios turísticos.

Apoyar la actividad comercial y de servicios como una alternativa viable de desarrollo económico de Malinalco.

Reglamentar la actividad comercial y de servicios en el Centro Histórico.

Reglamentar el Mercado Municipal y Artesanal.

Valor Singular, Magia

Su encanto proviene de la belleza natural con la que cuenta, a partir de su mezcla de culturas; por un lado su zona arqueológica y, por otro sus conventos y capillas, que reflejan el mestizaje del siglo XVI.

Con base en estas líneas se proponen los siguientes proyectos en Malinalco:

Destino	Malinalco, Estado de México	Numero	1
Línea estratégica del Programa Pueblos Mágicos	Infraestructura, Servicios e Imagen Urbana		
Nombre del Proyecto	Señalética en carreteras hacia Malinalco	Prioridad	Alta
Descripción	Instalar señalamientos en las carreteras de Toluca y Ciudad de México hacia Malinalco.		
Tipo de proyecto	Señalética	Nuevo	X Continuation
Justificación	<p>Hay varios caminos por carretera para llegar a Malinalco desde Toluca y la Ciudad de México, que son los principales mercados potenciales del destino.</p> <p>Sin embargo existen muy pocos señalamientos que indiquen el camino o distancia hacia el destino, lo que ocasiona que los potenciales visitantes terminen en Ixtapan de la Sal u otra población del Estado de México, o en el mejor de los casos tarden más tiempo para llegar a Malinalco.</p> <p>Con una señalética adecuada, se crean condiciones y se facilita a los habitantes de Toluca y la Ciudad de México, los principales mercados potenciales del destino, que puedan llegar en menos tiempo y sin complicaciones.</p>		
Problemática a resolver	Falta de señalética en carreteras hacia Malinalco.		
Acciones a realizar	<p>Diagnóstico de las condiciones de señalética en las carreteras</p> <p>Propuestas de lugares para instalar señalética</p> <p>Presupuesto del proyecto</p> <p>Solicitud de recursos</p> <p>Proyecto ejecutivo</p> <p>Autorización de recursos</p> <p>Instalación de señalética</p>		
Agentes involucrados	<p>Secretaría de Comunicaciones y Transportes Federal</p> <p>Gobierno del Estado de México</p> <p>Gobierno del Municipio de Malinalco</p>		

Destino	Malinalco, Estado de México	Numero	2
Línea estratégica del Programa Pueblos Mágicos	Creación, Desarrollo e Innovación de Productos Turísticos.		
Nombre del Proyecto	Construcción de un Centro de Convenciones	Prioridad	Alta
Descripción	Desarrollar un espacio para atender al creciente mercado de congresos, convenciones, reuniones de trabajo e incentivos.		
Tipo de proyecto	Instalación especializada	Nuevo	X Continuas
Justificación	<p>Malinalco tiene muy poca afluencia de visitantes de lunes a jueves, lo que impacta en las empresas turísticas, sus empleados y en general en la economía del destino.</p> <p>El destino se encuentra a 2 horas de la zona metropolitana de la Ciudad de México, donde hay un gran número de empresas que requieren espacios para congresos, convenciones, reuniones e incentivos, por lo que al contar con instalaciones adecuadas, Malinalco podría competir por ése mercado tan importante y diversificar su oferta de productos y servicios, al ser un destino muy cercano a ese gran mercado potencial.</p> <p>El mercado de turismo de negocios, es una forma de tener ocupación en los establecimientos de hospedaje, consumos de alimentos, venta de artesanías y actividades ligadas a los eventos, durante los días que el destino no recibe visitantes.</p>		
Problemática a resolver	Baja ocupación en hoteles y muy poco consumo en establecimientos de alimentos y bebidas, además de poca actividad comercial ligada a la actividad turística.		
Acciones a realizar	<p>Análisis de la situación actual</p> <p>Elaboración de propuestas</p> <p>Presupuesto del proyecto</p> <p>Solicitud de recursos</p> <p>Consulta con actores involucrados</p> <p>Elaboración del Proyecto</p> <p>Ejecución</p>		
Agentes involucrados	<p>Gobierno Federal</p> <p>Gobierno del Estado de México</p> <p>Gobierno del Municipio de Malinalco</p> <p>Asociaciones de empresarios turísticos de Malinalco</p> <p>Asociaciones de comerciantes de Malinalco</p> <p>Comunidad</p>		

Destino	Malinalco, Estado de México	Numero	3
Línea estratégica del Programa Pueblos Mágicos	Creación, Mejoramiento y Rehabilitación de Sitios de Interés Turístico		
Nombre del Proyecto	Reubicación de los comerciantes que ocupan la zona centro, hacia el mercado municipal.	Prioridad	Alta
Descripción	Reubicar a los comerciantes que ocupan la zona centro.		
Tipo de proyecto	Ordenamiento	Nuevo	Continuación X
Justificación	<p>Los fines de semana y épocas vacacionales, las calles Benito Juárez y Vicente Guerrero, enfrente del Ex convento Agustino y junto a la Plaza Principal en la zona centro de Malinalco, se encuentran invadidas de comerciantes de comida, artesanías, ropa, discos piratas, frutas, verduras y pan, entre otros productos.</p> <p>Lo anterior genera basura, malos olores, insalubridad, tráfico y una pésima imagen del destino.</p> <p>Sin embargo, desde noviembre del 2012 se construyó un Mercado Municipal que no ha sido ocupado.</p> <p>Con la reubicación de los comerciantes, se rehabilitaría la zona centro del destino, mejorando la imagen urbana y la experiencia del visitante.</p> <p>También se beneficia a los prestadores de servicios y comercios establecidos en la zona, lo que podría generar mayor estadía y gasto en el destino.</p> <p>Otro beneficio es que los comerciantes reubicados tendrían un espacio especialmente construido para su actividad, con instalaciones nuevas, estacionamiento y servicios.</p>		
Problemática a resolver	Invasión de comercio informal, en zona centro de Malinalco		
Acciones a realizar	Reubicación de comerciantes		
Agentes involucrados	<p>Gobierno del Estado de México</p> <p>Gobierno del Municipio de Malinalco</p> <p>Comité Pueblo Mágico</p> <p>Asociaciones de empresarios turísticos de Malinalco</p> <p>Asociaciones de comerciantes de Malinalco</p> <p>Asociaciones de artesanos de Malinalco</p> <p>Comunidad</p>		

3.3. Proyectos en Metepec

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Municipal 2013-2015, la visión del gobierno es “ser un municipio que mantenga sus costumbres y tradiciones, en un contexto de promoción de valores éticos y sociales para una mejor convivencia, celebrando nuestra condición de pueblo mágico, con logros en el terreno de la prevención del delito, la seguridad, la modernidad, los servicios públicos y el crecimiento con una imagen urbana integral, atractivo para vivir y trabajar con un mejor nivel económico, educativo, cultural y de sano esparcimiento”.

El turismo se encuentra en el punto 5.2.8 del pilar temático Municipio Progresista, junto con la imagen urbana. La imagen urbana de una ciudad se refiere a la correlación de los elementos naturales y contruidos que constituyen una parte de la percepción, lo ideal es lograr una relación lógica y sensible de lo artificial como lo natural que en conjunto sea agradable y armoniosa. Se tiene por objetivo desarrollar todos los elementos para implementar programas de desarrollo turístico. Aprovechar estos elementos para fortalecer la pertenencia y la identidad municipal.

Esto último es fundamental en Metepec, es decir la creación de una identidad que se enfoque en el turismo y que mantenga la magia del destino, por lo que cuentan con un programa que se llama:

Programa: Promoción, capacitación y difusión al personal interno para la proyección informativa al turismo mediante la creación de programas de actualización que nos ayuden a la captación de mayor interés de los turistas hacia el Pueblo Mágico de Metepec.

Objetivo: Incrementar el número de visitantes y/o turistas que acuden a Metepec.

Estrategias:

1.- Promover y difundir los atractivos turísticos que posee Metepec, en medios impresos, audiovisuales, electrónicos y de comunicación.

2. Difundir los eventos culturales, recreativos, populares de tradición, que se desarrollan en el Municipio, que coadyuven en una mayor afluencia de visitantes a Metepec.
3. Promover las artesanías del Metepec como un atractivo turístico.
4. Implementar actividades o programas en el sector turismo que permitan promover y fomentar la cultura empresarial, competitividad, modernización administrativa y desarrollo integral de los establecimientos dedicados a esta actividad.

Valor Singular, Magia

El valor significativo de Metepec se encuentra en la habilidad de sus artesanos para mezclar la cultura y los colores en el árbol de la vida. Sin embargo existen construcciones religiosas que permiten darse un respiro de la vida de ajetreo de la ciudad. Asimismo se demuestra la riqueza cultural en el Festival Quimera donde se reúnen artistas para dar recitales, conferencias, mostrar exposiciones de pintura, danza y teatro.

Con base en estas líneas se proponen los siguientes proyectos en Metepec:

Destino	Metepec, Estado de México	Numero	1	
Línea estratégica del Programa Pueblos Mágicos	Profesionalización, capacitación y cultura turística.			
Nombre del Proyecto	Fomento de la cultura turística en Metepec	Prioridad	Alta	
Descripción	<p>Se harán campañas de concientización, capacitación para el fomento de la cultura turística de Metepec</p> <p>Será dirigida a tres sectores de la población principalmente</p> <p>Personal dedicado a la prestación de servicios turísticos</p> <p>Servidores públicos que tengan contacto directo con los turistas y visitantes.</p> <p>Población en general habitante de Metepec</p> <p>Brindar capacitaciones en:</p> <p>Guía especializada.</p> <p>Certificación en competencia laboral.</p> <p>Cultura turística para personal de contacto.</p> <p>Calidad en el servicio</p>			
Tipo de proyecto	Cultura Turística	Nuevo	X	Continuación

Justificación	Durante las visitas de campo a Metepec identifiqué una clara falta de cultura turística, la población local no muestra una apropiación de la actividad turística, aunque ven un potencial beneficio, no han logrado capitalizarlo ofreciendo servicios de calidad, la SECTUR refiere que no hay empresas ni destinos de calidad, sin personas de calidad; y no sólo calidad en términos de profesionalización, sino también calidad humana. Calidad y Calidez son entonces los principales factores para ser competitivos en el sector turismo
Problemática a resolver	Turistas y visitantes insatisfechos. Bajos estándares de calidad en las empresas turísticas. Falta de continuidad y participación en los proyectos turísticos impulsados por el sector público y privado. Contratación de personal con carencias en formación turística. Encadenamientos limitados para la prestación de servicios.
Acciones a realizar	Talleres de capacitación. Ciclos de conferencias. Campañas de concientización Certificaciones
Agentes involucrados	SECTUR Federal, SECTUR Estatal, Dirección de Desarrollo Económico y Fomento al Turismo, Población local

Destino	Metepec, Estado de México	Numero	2
Nombre del Proyecto	Fortalecimiento de los recorridos culturales	Prioridad	Alta
Línea estratégica del Programa Pueblos Mágicos	Creación, desarrollo e innovación de productos turísticos		
Descripción	<p>El INAH ofrece recorridos que integran la iglesia de San Juan Bautista, ex Convento Franciscano y visita por los principales talleres artesanales, el recorrido contempla una degustación de la bebida tradicional gaseosa y comida.</p> <p>Sin embargo, dicho recorrido se lleva a cabo cada seis meses, la propuesta es que el H. Ayuntamiento retome esta iniciativa para poder implementarla cada fin de semana en diferentes horarios subsanando sus deficiencias y complementarlo con nuevas actividades en los talleres.</p>		
Tipo de proyecto	Oferta Turística	Nuevo	X Continuidad
Justificación	Reactivar un producto turístico que responda a las necesidades del visitante de Metepec, atiende la demanda de actividades cortas que den cuenta de la actividad artesanal del destino, reforzando el valor singular del pueblo referido en el expediente del programa pueblos		

	mágicos.
Problemática a resolver	Falta de oferta turística en el destino. Falta de continuidad del recorrido. Falta de personal capacitado Falta de difusión y comercialización
Acciones a realizar	Revisar la propuesta de la ruta. Capacitar a los guías Capacitar al personal de los talleres. Coordinación entre el H. Ayuntamiento y los establecimientos de alimentos. Manuales de operación Difusión y comercialización
Agentes involucrados	INAH, gobierno municipal, SECTUR estatal, SECTUR federal

Destino	Metepec, Estado de México	Numero	3
Nombre del Proyecto	Regularización y modernización de los prestadores de servicios turísticos y artesanos	Prioridad	Alta
Línea estratégica del Programa Pueblos Mágicos	Modernización de las pequeñas y medianas empresas.		
Descripción	Campaña de regularización fiscal de las empresas turísticas y artesanos del destino. Instrumentación de un programa de mejoramiento de la calidad que permitan tener un impacto positivo en la prestación de servicios, contribuyendo a una integración más eficiente en la cadena productiva contribuyendo a la consolidación de Metepec como destino de calidad.		
Tipo de proyecto	Oferta Turística	Nuevo	X
Justificación	El fortalecimiento de la actividad artesanal de Metepec depende de manera importante de los apoyos institucionales, para que los artesanos puedan acceder a ellos deben, por requisito, cumplir con sus obligaciones fiscales, la informalidad que hasta el día de hoy se		

	presenta en este gremio ha frenado su desarrollo.
Problemática a resolver	Débil presencia del gremio artesanal en la oferta turística del destino. Introducción de productos no artesanales en el corredor artesanal. Desaprovechamiento de apoyos institucionales para el fortalecimiento de la actividad artesanal. Oferta de servicios de baja calidad.
Acciones a realizar	Realizar un padrón de artesanos y prestadores de servicios turísticos. Asesoría y acompañamiento en materia fiscal para artesanos. Estímulos gubernamentales para la modernización de las empresas turísticas.
Agentes involucrados	Gobierno municipal, SECTUR estatal, SECTUR federal , SHCP.

3.4 Proyectos en Tepetzotlán

En el Plan de Desarrollo Municipal de Tepetzotlán 2009-2012, la visión del gobierno es “ser un gobierno de alta productividad para la sociedad; honesto, eficaz y eficiente en el funcionamiento de todas sus áreas, con servidores públicos preparados y sensibles que sean un verdadero ejemplo de servicio y con la mayor calidad en los servicios públicos que preste y la obra pública que se realice. Por su parte, la visión se conceptúa en ser un Municipio reconocido a nivel nacional e internacional por su administración pública eficiente y por su desarrollo sostenido en las áreas de turismo, ecología, equipamiento, infraestructura y seguridad, para así ser un Municipio que ofrezca una elevada calidad de vida a sus habitantes y futuras generaciones”.

En cuanto al turismo, este está priorizado en el Objetivo 4.3.11 Objetivos para la proyección turística Nacional e Internacional de Tepetzotlán con las siguientes acciones:

93. Fortalecer la Estructura Orgánica de la Dirección de Turismo.

94. Creación de un portal de Internet que provea y actualice la información histórica, estadística, ecológica, turística y de oportunidades de inversión en Tepetzotlán.

95. Promover el acercamiento e intercambio de experiencias nacionales e internacionales con Municipios, Alcaldías y Condados con patrimonio histórico y potencial turístico.
96. Apoyar en proyectos a micro y pequeños empresarios de servicios de turismo.
97. Establecer lazos de hermanamiento con Alcaldías, Municipios y Condados de la Unión Europea y Estados Unidos Americanos, que ofrecen apoyos y recursos de cooperación internacional e intercambio comercial.
98. Inscribir al Municipio a los Fondos de Promoción Turística Estatales y Nacionales.
99. Promover e incentivar mediante un fondo mixto (gubernamental y privado) la realización de eventos culturales, convenciones y foros estatales, nacionales e internacionales que proyecten la imagen turística de Tepetzotlán.

Además el documento señala un Escenario Deseable: “A pesar de que Tepetzotlán cuenta con un gran porcentaje de espacios verdes y turísticos en las cuales se puede dar el esparcimiento recreativo al natural, no existe una infraestructura ecoturística adecuada para aprovechar mejor estos espacios, para atraer al turismo, como para buscar una identidad personal del mismo; además y de manera significativa crear instalaciones recreativas y deportivas modernas y acordes a la realidad social del Municipio, para que los jóvenes tengan sitios de esparcimiento y sana diversión, con la atención de recursos económicos propios”.

Valor Singular, Magia

Disfrutar de los paseos por sus calles empedradas y admirar las fachadas pintorescas del centro, así como de los eventos culturales de los fines de semana es parte de lo mágico de Tepetzotlán. El recorrido se complementa con la visita al Museo Nacional del Virreinato que permite admirar la construcción y lienzos del Claustro de los Aljibes, la Capilla Domestica y el Claustro de los Naranjos. Sin embargo, el centro no es lo único mágico en Tepetzotlán, también están los Arcos del Sitio, un acueducto construido por los frailes jesuitas a principios del siglo XVIII.

Con base en estas líneas se proponen los siguientes proyectos en Tepetzotlán:

Destino	Tepetzotlán, Estado de México	Numero	1
Línea estratégica del Programa Pueblos Mágicos	Infraestructura, Servicios e Imagen		
Nombre del Proyecto	Mejoramiento de carretera Las Cabañas - Arcos del Sitio.	Prioridad	Alta

Descripción	Reencarpetamiento y señalética en el tramo del Fraccionamiento Las Cabañas hasta Los Arcos del Sitio; distancia 15 km aproximadamente.				
Tipo de proyecto	Infraestructura	Nuevo		Continuación	X
Justificación	<p>La carpeta asfáltica está en pésimas condiciones, lo que ocasiona que el tránsito sea muy lento y el tiempo para llegar de Las Cabañas a Los Arcos de Sitio, sobre todo en fin de semana, que debería ser de 20 minutos máximo, tome hasta 40 minutos.</p> <p>En ese mismo tramo están varios Parques Ecoturísticos y de Aventura, además de establecimientos de alimentos y bebidas.</p> <p>La carretera en buen estado, permitirá aumentar el flujo de visitantes a Los Arcos del Sitio, a los Parques y también que se realicen consumos en los diferentes establecimientos, lo que beneficiará a empresarios, empleados y comunidad en general.</p>				
Problemática a resolver	Tiempo de recorrido entre el destino y uno de sus principales atractivos.				
Acciones a realizar	<p>Diagnóstico de las condiciones de la carretera</p> <p>Presupuesto del proyecto</p> <p>Solicitud de recursos</p> <p>Proyecto ejecutivo</p> <p>Autorización de recursos</p> <p>Realización de la obra</p>				
Agentes involucrados	<p>Secretaría de Comunicaciones y Transportes Federal</p> <p>Gobierno del Estado de México</p> <p>Gobierno del Municipio de Tepotzotlán</p>				

Destino	Tepotzotlán, Estado de México		Numero	2
Línea estratégica del Programa Pueblos Mágicos	Creación, Mejoramiento y Rehabilitación de Sitios de Interés Turístico.			
Nombre del Proyecto	Mejoramiento de vialidad en zona centro.		Prioridad	Alta
Descripción	Estudio para mejorar el tráfico vehicular, en Av. Insurgentes y alrededor de la Plaza de La Cruz.			
Tipo de proyecto	Infraestructura	Nuevo		Continuación X
Justificación	<p>Los fines de semana, así como días festivos y épocas vacacionales, existe un gran tráfico vehicular en la zona centro, iniciando desde la Av. Insurgentes, que es la principal vía de acceso al destino, todo el perímetro de la Plaza de La Cruz y la Av. López Mateos.</p> <p>El tráfico provoca que desde la autopista México – Querétaro a la zona centro, (2 km aproximadamente), el recorrido puede tardar hasta 30 minutos, aunado a que ya en el centro, es muy complicado mover el vehículo.</p> <p>Si se realiza un proyecto que mejore la vialidad, el visitante tendrá</p>			

	una mejor experiencia en el destino, lo que podría beneficiar en mayor estadia y gasto.
Problemática a resolver	En la zona centro, hay un gran problema de tráfico vehicular, principalmente sábados y domingos.
Acciones a realizar	Análisis de la situación actual Elaboración de propuestas Presupuesto de acciones requeridas Solicitud de recursos Consulta con actores involucrados Elaboración del Proyecto Ejecución
Agentes involucrados	Gobierno del Estado de México Gobierno del Municipio de Tepotzotlán Asociaciones de empresarios turísticos de Tepotzotlán Asociaciones de comerciantes de Tepotzotlán Comunidad

Destino	Tepotzotlán, Estado de México	Numero	3
Línea estratégica del Programa Pueblos Mágicos	Creación, Desarrollo e Innovación de Productos Turísticos.		
Nombre del Proyecto	Construcción de un Centro de Convenciones	Prioridad	Alta
Descripción	Desarrollar un espacio para atender al creciente mercado de congresos, convenciones, reuniones de trabajo e incentivos.		
Tipo de proyecto	Instalación especializada	Nuevo	X Continuation
Justificación	Tepotzotlán tiene muy poca afluencia de visitantes de lunes a jueves, lo que impacta en las empresas turísticas, sus empleados y en general en la economía del destino. Existe en la zona metropolitana de la Ciudad de México, un gran número de empresas que requieren espacios para congresos, convenciones, reuniones e incentivos, por lo que al contar con instalaciones adecuadas, Tepotzotlán podría competir por ése mercado tan importante y diversificar su oferta de productos y		

	servicios, al ser un destino muy cercano a ese gran mercado potencial. El mercado de turismo de negocios, es una forma de tener ocupación en los establecimientos de hospedaje, consumos de alimentos, venta de artesanías y actividades ligadas a los eventos, durante los días que el destino no recibe visitantes.
Problemática a resolver	Baja ocupación en hoteles y muy poco consumo en establecimientos de alimentos y bebidas, además de poca actividad comercial ligada a la actividad turística.
Acciones a realizar	Análisis de la situación actual Elaboración de propuestas Presupuesto del proyecto Solicitud de recursos Consulta con actores involucrados Elaboración del Proyecto Ejecución
Agentes involucrados	Gobierno Federal Gobierno del Estado de México Gobierno del Municipio de Tepotzotlán Asociaciones de empresarios turísticos de Tepotzotlán Asociaciones de comerciantes de Tepotzotlán

Destino	Tepotzotlán, Estado de México			Numero	4
Línea estratégica del Programa Pueblos Mágicos	Equipamiento Turístico.				
Nombre del Proyecto	Instalaciones turísticas en Presa de la Concepción.			Prioridad	Media
Descripción	Construir instalaciones y equipamiento, para poner en valor y crear condiciones para que la Presa sea un atractivo turístico.				
Tipo de proyecto	Construcción de instalaciones y equipamiento turístico	Nuevo		Continuación	X
Justificación	La Presa de la Concepción es un embalse que tiene un bonito escenario y está rodeado de árboles en varias de sus orillas. Es un recurso natural que tiene el potencial para convertirse en un atractivo turístico. Actualmente se realizan caminatas, renta de caballos y días de campo, pero no hay ningún servicio. Tiene basura en las orillas.				

	Si se realiza la construcción de instalaciones y equipamiento como acceso, estacionamiento, andadores, asadores y baños entre otros, se darán las condiciones para recibir visitantes y la operación de diversos servicios de alimentos y bebidas, actividades acuáticas (navegación en kayak, balsas, lanchas, pesca recreativa) y de ecoturismo (bicicleta de montaña, recorridos guiados y recorridos a caballo).
Problemática a resolver	Puesta en valor de un recurso natural. Diversificación de atractivos y productos turísticos.
Acciones a realizar	Análisis de la situación actual Elaboración de propuestas Presupuesto del proyecto Solicitud de recursos Consulta con actores involucrados Elaboración del Proyecto Ejecución
Agentes involucrados	Comisión Nacional del Agua CNA Gobierno del Estado de México Gobierno del Municipio de Tepetzotlán Comité Pueblo Mágico Comunidades cercanas a la Presa

3.5 Proyectos en Valle de Bravo

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Municipal de Valle de Bravo 2013-2015, la visión del gobierno es “ser un Municipio de oportunidades de desarrollo humano integral para todos sus habitantes, dinámico, con liderazgo en el entorno Estatal con características de desarrollo, capaz de apoyar a mejorar la calidad de vida de la población”.

El turismo se encuentra en el punto 5.2.8 del pilar temático Municipio Progresista, junto con la imagen urbana. Dentro de este punto destaca lo que definen como prospectiva del turismo “incrementar la oferta turística de Valle de Bravo, no sólo como producto comercial para la demanda existente, sino para la captación de un mercado internacional a través del desarrollo de programas permanentes que permitan ampliar una mejor infraestructura turística acorde a los planes de comercialización y mercadotecnia. En el plan se ha considerado una amplia participación y esfuerzos tanto del Sector Empresarial, como de la Administración Pública Municipal, con la firme intención de crear servicios

básicos y complementarios, lo que motiva a implementar mecanismos de financiamiento, como una alternativa de respuesta a la demanda de proyectos y de oferta turística.

El Municipio se encuentra dentro de un entorno natural excelso; por ello, entre los objetivos a alcanzar son:

1. Conservar los recursos naturales; Mantener y recuperar los ecosistemas; 3. Preservar el patrimonio cultural e histórico; Generar una cultura turística en la sociedad;
 2. Normar los servicios en cuanto a precio y calidad;
 3. Generar la participación directa de las comunidades en programas turísticos;
- La prioridad del Gobierno Municipal es consolidar a Valle de Bravo como un destino turístico diverso y de calidad, líder dentro de los Municipios Turísticos.

Valor Singular, Magia

Un destino para descansar, disfrutar de una diversidad de platillos y dejarse llevar por el buen clima y el paisaje que rodea a la presa Miguel Alemán, rodeada de árboles. Debido a su tradición turística, la variedad de actividades en torno a la presa permite pasar un fin de semana en el destino sin preocuparse por dónde hospedarse, ya que cuenta con 485 cuartos disponibles.

Con base en estas líneas se proponen los siguientes proyectos en Valle de Bravo:

Destino	Valle de Bravo, Estado de México			Numero	1
Línea estratégica del Programa Pueblos Mágicos	Creación, Mejoramiento y Rehabilitación de Sitios de Interés Turístico.				
Nombre del Proyecto	Mejoramiento de vialidad en zona centro.			Prioridad	Alta
Descripción	Estudio para mejorar el tráfico vehicular en la zona centro, calles aledañas y Avenidas Arcadio Pagaza y Juárez.				
Tipo de proyecto	Ordenamiento	Nuevo	X	Continuación	
Justificación	Los fines de semana, así como días festivos y épocas vacacionales, existe un gran tráfico vehicular en la zona centro, calles aledañas, y los accesos principales que son la Av. Juárez y la Av. Arcadio Pagaza. El tráfico provoca que en aproximadamente 4 calles de cada avenida antes de la Plaza Principal, el recorrido sea de hasta 15 minutos, además de que dicha Plaza se satura tanto por vehículos de visitantes, como por la gran cantidad de taxis que están esperando pasaje.				

	El tráfico también es consecuencia de vehículos estacionados en doble fila o de invasión de la calle por mercancías y personas. Si se realiza un proyecto que mejore la vialidad, el visitante tendrá una mejor experiencia en el destino, lo que podría beneficiar en mayor estadía y gasto.
Problemática a resolver	En la zona centro, hay un gran problema de tráfico vehicular, principalmente sábados, domingos y días festivos.
Acciones a realizar	Análisis de la situación actual Elaboración de propuestas Presupuesto de acciones requeridas Solicitud de recursos Consulta con actores involucrados Elaboración del Proyecto Ejecución
Agentes involucrados	Gobierno del Estado de México Gobierno del Municipio de Valle de Bravo Asociaciones de empresarios turísticos de Valle de Bravo Asociaciones de comerciantes de Valle de Bravo Comunidad

Destino	Valle de Bravo, Estado de México	Numero	2
Línea estratégica del Programa Pueblos Mágicos	Creación, Desarrollo e Innovación de Productos Turísticos.		
Nombre del Proyecto	Construcción de un Centro de Convenciones	Prioridad	Alta
Descripción	Desarrollar un espacio para atender al creciente mercado de congresos, convenciones, reuniones de trabajo e incentivos.		
Tipo de proyecto	Instalación especializada	Nuevo	X Continuation
Justificación	Valle de Bravo tiene muy poca afluencia de visitantes de lunes a jueves, lo que impacta en las empresas turísticas, sus empleados y en general en la economía del destino. La oferta de hospedaje es de 1,400 habitaciones, hay 120 establecimientos de alimentos y bebidas y 33 empresas de actividades turísticas ligadas a la naturaleza, aventura y acuáticas.		

	<p>Con la autopista que llega al destino, Valle de Bravo se encuentra a 2 horas del principal mercado nacional, que es la zona metropolitana de la Ciudad de México, en la que hay un gran número de empresas que requieren espacios para congresos, convenciones, reuniones e incentivos, por lo que al contar con instalaciones adecuadas, Valle de Bravo podría competir por ése mercado tan importante y diversificar su oferta de productos y servicios.</p> <p>El mercado de turismo de negocios, es una forma de tener ocupación en los establecimientos de hospedaje, consumo de alimentos, venta de artesanías, proveeduría para los eventos y práctica de actividades turísticas tradicionales de Valle, durante los días que el destino no recibe visitantes.</p>
Problemática a resolver	Baja ocupación en hoteles y muy poco consumo en establecimientos de alimentos y bebidas, además de poca actividad comercial ligada a la actividad turística de lunes a jueves.
Acciones a realizar	<p>Análisis de la situación actual</p> <p>Elaboración de propuestas</p> <p>Presupuesto del proyecto</p> <p>Solicitud de recursos</p> <p>Consulta con actores involucrados</p> <p>Elaboración del Proyecto</p> <p>Ejecución</p>
Agentes involucrados	<p>Gobierno Federal</p> <p>Gobierno del Estado de México</p> <p>Gobierno del Municipio de Valle de Bravo</p> <p>Asociaciones de empresarios turísticos de Valle de Bravo</p> <p>Asociaciones de comerciantes de Valle de Bravo</p> <p>Comunidad</p>

Conclusiones

Las Agendas de competitividad es un conjunto de proyectos y acciones que tienen como intención mejorar la competitividad de los destinos entendiéndose por esta como “la capacidad del destino turístico para atraer viajeros e inversión en infraestructura y equipamiento turístico, que impacte en la llegada de visitantes, incrementa la ocupación y el gasto promedio turístico, y que permita generar beneficios para los residentes locales, los prestadores de servicios turísticos, además de favorecer la sostenibilidad del patrimonio natural”.

Estas Agendas de Competitividad están fundamentadas teóricamente en el esquema de Desarrollo Económico Local y el Desarrollo Endógeno, los cuales tienen por objetivo elevar el bienestar de la población a partir de las opiniones que ellos mismos generan, tomando en cuenta sus recursos y capacidades. En este sentido se presentó un análisis de cada uno de los destinos los cuales se describen brevemente con los proyectos que resuelven las problemáticas más prioritarias y que el mismo tiempo conforman la Agenda que cada destino debe implementar.

Es importante señalar que las Agendas deben estar alineadas con la política nacional turística, en este sentido la política turística está correctamente definida a nivel estatal sin embargo cuando se analizaron los planes de desarrollo municipales, sólo el municipio de El Oro es el único que tiene circunscrito el turismo como una prioridad. El resto de los municipios lo consideran, sin embargo ninguno destaca la magia del destino entre sus lineamientos ni tampoco establecen la medición de indicadores turísticos, acciones prioritarias, ni tampoco proyectos para elevar la competitividad. La no existencia de datos de competitividad y sustentabilidad dan cuenta de que no ha sido una prioridad la evaluación del turismo en estos municipios. De tal forma, se puede concluir que existe una desconexión entre los objetivos nacionales de turismo con aquellos a nivel municipal.

Otro aspecto importante es que los destinos tienen los recursos potenciales para poder desarrollar una vocación importante y valiosa para desarrollarse como destinos turísticos, sin embargo las necesidades y limitaciones nacionales se trasladan a nivel municipal e impiden el desarrollo competitivo. Entre estos retos se encuentran la necesidad de mantener finanzas sanas a nivel municipal pues existen recursos económicos limitados con excepción de Metepec y Valle de Bravo, elevar niveles de escolaridad y aumentar la poca existencia sino es que nula de escuelas que capaciten a los prestadores de servicios del sector turístico.

Puesto que la problemática nacional se traslada a nivel municipal, es necesario priorizar los siguientes aspectos, resolver el problema de endeudamiento de los municipios para poder emprender nuevos proyectos, seguir con la reforma educativa y elevar el nivel de calidad de la educación, verificar los lineamientos nacionales del Programa de Pueblos Mágicos (se debe verificar si los destinos son un complemento de circuitos turísticos, se están promoviendo en centros urbanos que estén a menos de dos, si están generando generar opciones novedosas y atractivas para esos mercados), comprometer a la Sectur Federal a una revisión del Programa que fomente nuevas líneas de acción estratégica por ejemplo: 1) la generación de productos turísticos innovadores que eleven las experiencias de los turistas, 2) la evaluación a través de indicadores robustos que confirmen el verdadero comportamiento competitivo y sustentable de los destinos, 3) la creación de un grupo asesor para los pueblos, en donde se involucren los académicos para dar viabilidad estratégica a las acciones en turismo de los destinos y 4) crear oficinas de asesoramiento para los prestadores de servicios a fin de que sus actividades queden documentadas.

Enfatizando el aspecto turístico los proyectos fueron diseñados para generar nuevas experiencias, nuevas vivencias, de tal forma que se eleve el nivel de satisfacción de los turistas y visitantes y se eleve el tiempo de estadía y pernocta.

Se debe realizar una sistematización a partir de la visión del destino teniendo una planeación correcta del número de vendedores, número de atractivos, oferta turística evaluación del desgaste del medio ambiente, evaluación del bienestar, posible captación

de turistas en función de su nivel de gasto. En este sistema debe estar involucrado el gobierno municipal, quien debe salvaguardar los intereses de los locatarios sin esquemas de corrupción. Los encargados de la aplicación de la ley deben ser congruentes con el fomento de actividades turísticas que además de elevar el nivel de los turistas que llegan deben estar en concordancia con el cuidado del medio ambiente, la seguridad del destino y el bienestar de los prestadores de servicios. Tras haber realizado las visitas, es importante involucrar a todos los prestadores de servicios ya que diversas acciones emprendidas están enfocadas a las medianas empresas del destino, con lo que los beneficios del turismo no tienen la característica de ser democratizadores. Esto no significa que todos participen en todo sino que ciertos productos deberán ser realizados por gente especializada, de lo contrario no son eficientes las acciones que se realizan y provoca que se pierda una identidad propia.

Con base en la teoría de desarrollo endógeno, nos percatamos que la generación de aspectos innovadores en la generación de nuevos productos turísticos que generen experiencias, provienen de la propia comunidad. Es prioritario realizar juntas o especie de comités en donde la gente de la localidad sea escuchada y tomada en cuenta al tiempo que sea orientada en los proyectos que desea realizar. La competitividad depende claramente de este aspecto innovador, el cual además toma en cuenta que los productos deben responder a características específicas en función del perfil de turista que visita el destino que tiene una magia específica.

El mejor síntoma de la competitividad es tener turistas satisfechos, para lo cual es necesario contar con empresas competitivas y destinos sustentables. La competitividad en turismo es una tarea compartida, en la que sector público y sector privado tienen responsabilidades propias y en conjunto.

Uno de los objetivos de la competitividad siempre debe ser elevar el bienestar de la población a través de elevar el número de turistas satisfechos que deseen regresar. Además se requiere una perspectiva razonable de qué es lo que se quiere en el destino. En este sentido se evaluaron diversos indicadores entre los que se destaca que en:

El Oro

El municipio llamado El Oro es conocido principalmente por su tradición minera y su arquitectura de influencia francesa de estilo neoclásico y art nouveau que predominan en sus construcciones como el Palacio Municipal y el Teatro Juárez. Preserva sitios como la estación de tren y la antigua bodega de la estación de ferrocarril, hoy conocido como Centro Artesanal del Oro en donde se exhiben y comercializan productos de la región. Dentro de este pueblo mágico también se encuentran las presas Brockman y Victoria las cuales permiten el contacto con la naturaleza y la realización de diversas actividades al aire libre. En referencia al tipo de alojamiento, cuenta con pocos sitios entre hoteles, posadas, cabañas y bungalows los cuales ofrecen servicios básicos al turista. Es importante señalar que el nivel de visitantes se ha elevado considerablemente respecto a diez años atrás. Es fundamental la convocatoria de eventos culturales para elevar el número de visitantes.

La satisfacción de los visitantes de El Oro obtuvo un índice de satisfacción de 9.07. El gasto promedio diario que realizan los turistas es de \$600 pesos y, de acuerdo con las encuestas, su estadía para los visitantes es de 8 horas, en promedio. La demanda estacional por el destino es de 4 semanas al año durante los meses de noviembre y diciembre. Por el lado de la oferta, es importante considerar las opciones y variedad que tiene el turista para dormir, comer y visitar. Actualmente, El Oro tiene un porcentaje de ocupación del 80% y, de acuerdo con los datos de la Secretaría de Turismo (Sectur), el estado de los atractivos turísticos es alto, lo que se refleja en la economía local, donde estas actividades relacionadas al turismo representan el 30%. La población que vive en El Oro tiene un grado de rezago social Bajo.

Dentro de los indicadores que se consideran se encuentran, la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 10.60%; la población sin derecho a servicios de salud ha disminuido considerablemente, al haber pasado de 76.11% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra que sólo el 21.12% de la

población carece de este servicio. El porcentaje de viviendas con piso de tierra ha disminuido a 6.85% en un periodo de 10 años (2000 – 2010). Otras consideraciones de las condiciones de la vivienda que se toman en cuenta son: si no cuentan con excusado o sanitario, para El Oro representa 22.38% no cuentan con este servicio; los hogares que no disponen de agua entubada representan el 14.67%. Por otro lado, el grado de marginación representa el impacto de las carencias por la falta de acceso a la educación, residencias inadecuadas y privación de bienes en la población. El grado de marginación de El Oro es Medio. Dentro de estos indicadores de marginación se encuentra el porcentaje de ocupantes sin energía eléctrica que para el año 2010 sólo comprende el 2.35%; las viviendas con algún nivel de hacinamiento representan casi la mitad de ellas (48.37%).

Metepec

Metepec, se encuentra en Toluca en el Estado de México, sus construcciones combinan estructuras modernas con edificios coloniales. Su principal actividad es la artesanía, en donde destacan la talabartería, los coloridos vitrales y la alfarería plasmada en el “Árbol de la Vida” y la conocida fuente de la Tlanchana, comparada por los españoles con las míticas sirenas. A través de corredores artesanales permiten al turista conocer el proceso artesanal de las piezas, siendo este uno de los principales atractivos. Debido al crecimiento de este municipio y a su cercanía con la Ciudad de México, otro factor para visitar este destino son las plazas comerciales con las que cuenta. Ofrece cabañas y hoteles con servicios básicos de alojamiento sin alguna característica en particular y hoteles de grandes cadenas enfocados principalmente al turismo de negocios.

Se considera como una zona atrayente de turismo y recreación gracias a su tradición artesanal con más de 300 talleres, sus fiestas patronales, su estupenda arquitectura, así como el emblemático Festival Internacional de Arte y Cultura Quimera, que a lo largo de 21 ediciones se ha consolidado como uno de los favoritos de los habitantes de la Zona Metropolitana del Valle de Toluca. Aunado a lo anterior y gracias al esfuerzo de la sociedad por mantener la imagen urbana del municipio, el Gobierno del

Estado de México lo reconoció como Pueblo con Encanto del Bicentenario y en 2013 el Gobierno Federal lo nombró como el quinto Pueblo Mágico del Estado de México.

Metepec debe tener como visión turística que involucre el ser un municipio competitivo y sustentable donde el turismo sea captado de las principales urbes que son la Ciudad de México y Toluca. Pensar que Metepec pudiera ser un destino de pernocta es prácticamente imposible ya que no existe oferta hotelera y por lo tanto no debería ser el objetivo de este destino. En este sentido las actividades que se proponen en Metepec deben estar orientadas a actividades de viernes, sábado y domingo por la tarde como son teatro, actividades culturales, visitas a las artesanías que eleven el arribo de turistas.

Metepec obtuvo un índice de satisfacción de 9.1. El gasto promedio diario que realizan los visitantes es de \$200 pesos y, de acuerdo con las encuestas, su estadía es de 4 horas, en promedio.

Por el lado de la oferta, es importante considerar las opciones y variedad que tiene el turista para dormir, comer y visitar. Actualmente, Metepec tiene un porcentaje de ocupación del 40% y, de acuerdo con los datos de la Sectur, el estado de los atractivos turísticos es medio. Actualmente oferta 65 cuartos, cuenta con 60 establecimientos de alimentos y bebidas, así como, 3 agencias de viajes. Por lo tanto, turismo en la economía local representa el 60%.

La población que vive en Metepec tiene un grado de rezago social Muy Bajo, de acuerdo a las estimaciones del Coneval. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentran, la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 1.84%; la población sin derecho a servicios de salud ha disminuido considerablemente, al haber pasado de 38.28% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra que sólo el 29.03% de la población carece de este servicio. El porcentaje de viviendas con piso de tierra ha disminuido 0.97% en un periodo de 10 años (2000 – 2010). Otras consideraciones de las condiciones de la vivienda es que 22.38% de la población no cuentan con excusado o sanitario y los hogares que no disponen de agua entubada representan el 2.65%.

Por otro lado, el grado de marginación de Metepec es Muy Bajo. Dentro de estos indicadores se encuentra el porcentaje de ocupantes sin energía eléctrica que para el año 2010 sólo comprende el 0.27%; las viviendas con algún nivel de hacinamiento representan 21.80%.

Malinalco

Malinalco se encuentra al sur del Estado de México. Algunos de los factores de visita a este Pueblo Mágico son: la zona arqueológica de Cuauhtinchan, sitio de gran importancia para los aztecas. El Ex convento Agustino del Siglo XVI, el centro religioso de El Señor de Chalma y el Museo "Dr. Luis Mario Scheneider". Otro factor de visita es la práctica del Turismo espiritual en donde se puede experimentar rituales prehispánicos y baños de temazcal ancestral. A solo 2 km de la entidad se encuentra El Molino, criadero de truchas en donde se puede conocer la crianza y permite la pesca deportiva de esta especie. Permite la práctica del turismo de aventura. Tiene gran diversidad de hospedaje, desde hoteles boutique a posadas, cabañas y hoteles con servicios básicos. La visita a este Pueblo mágico es principalmente por su historia, su ambiente provinciano y su gran diversidad de actividades para realizar.

Malinalco obtuvo un índice de satisfacción de 9.67 que lo ubica como el mejor evaluado de los cinco Pueblos Mágicos. El gasto promedio diario que realizan los turistas es de \$1,130 pesos y, de acuerdo con las encuestas, su estadía es de 8 horas, en promedio.

La demanda por el destino es de 5 semanas al año. Por el lado de la oferta, Malinalco tiene un porcentaje de ocupación del 38% y, de acuerdo con los datos de la Sectur, el estado de los atractivos turísticos es medio. Actualmente oferta 231 cuartos, cuenta con 36 establecimientos de alimentos y bebidas, así como con una agencia de viajes, y 3 guías de turistas certificados. Malinalco cuenta con una tasa de desocupación de 4.53%, de acuerdo con la Sectur, que implica una alta tasa de desocupación. El turismo en la economía local representa el 24%, que representa una alta tasa de crecimiento del empleo.

La población que vive en Malinalco tiene un grado de rezago social Bajo. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentra que la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 11.72%; la población sin derecho a servicios de salud ha disminuido considerablemente, al haber pasado de 82.36% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra que sólo el 30.37% de la población carece de este servicio. El porcentaje de viviendas con piso de tierra ha disminuido 16.3% en un periodo de 10 años (2000 – 2010). Otras consideraciones de las condiciones de la vivienda es que 14.22% de la población no cuentan con excusado o sanitario y los hogares que no disponen de agua entubada representan el 18.77%.

Por otro lado, el grado de marginación de Malinalco es Medio. Dentro de estos indicadores se encuentra el porcentaje de ocupantes sin energía eléctrica que para el año 2010 sólo comprende el 0.92%; las viviendas con algún nivel de hacinamiento representan casi la mitad de ellas (48.51%). El índice de vivienda precaria indica que menos del 5% de las viviendas se encuentran en estado precario en Malinalco.

Tepotzotlán

Tepotzotlán se encuentra al norte de la Ciudad de México, este Pueblo Mágico permite experimentar el ambiente provinciano en sus calles y en sus sitios de estilo virreinal como el ex Convento de San Francisco Javier y el Museo Nacional del Virreinato, antiguo Colegio Jesuita. En el convento se pueden presenciar los canticos de música popular mexicana interpretada por “Los niños cantores de Tepotzotlán”. Cuenta con áreas de protección y conservación de recursos naturales como el Parque Estatal Sierra de Tepotzotlán donde se encuentra un acueducto del siglo XVIII conocido como Arcos del Sitio. Otra atracción de este lugar, son las pastorelas que se realizan en el mes de diciembre. y los niños cantores de Tepotzotlán. Los servicios de hospedaje son principalmente en hoteles y posadas familiares que se encuentran en excelente ubicación. Tepotzotlán debe incluir en su visión la de ser un destino de tránsito que provoque la atracción de los defeños.

Tepetzotlán obtuvo un índice de satisfacción de 9.3. El gasto promedio diario que realizan los turistas es de \$500 pesos y, de acuerdo con las encuestas, su estadía en el pueblo es de 4 horas, en promedio. La demanda por el destino es de 16 semanas al año.

Por el lado de la oferta, Tepetzotlán tiene un porcentaje de ocupación del 70% y, de acuerdo con los datos de la Sectur, el estado de los atractivos turísticos es medio. Actualmente oferta 466 cuartos, cuenta con 42 establecimientos de alimentos y bebidas, así como con 3 agencias de viajes, y no cuenta con guías de turistas certificados. Tepetzotlán cuenta con una tasa de desocupación de 1.5%, de acuerdo con la Sectur, que implica una baja tasa de desocupación. El turismo en la economía local representa el 4.2%.

La población que vive en Tepetzotlán tiene un grado de rezago social Muy Bajo. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentran, la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 4.04%; la población sin derecho a servicios de salud ha aumentado, al haber pasado de 42.60% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra el 43.80% de la población carente de este servicio. El porcentaje de viviendas con piso de tierra ha disminuido 0.51% en un periodo de 10 años (2000 – 2010). Otras consideraciones de las condiciones de la vivienda que se toman en cuenta son: si no cuentan con excusado o sanitario, para Tepetzotlán el 3.56% no cuentan con este servicio; los hogares que no disponen de agua entubada representan el 13.98%.

Por otro lado, el grado de marginación de Tepetzotlán es Muy Bajo. Dentro de estos indicadores se encuentra el porcentaje de ocupantes sin energía eléctrica que para el año 2010 sólo comprende el 0.88%; las viviendas con algún nivel de hacinamiento representan 37.99%.

Valle de Bravo

Valle de Bravo, es uno de los destinos predilectos de los habitantes de la Ciudad de México debido a su cercanía y a su gran variedad de actividades para todos los gustos, en donde predomina el turismo de aventura y espiritual. Conserva vestigios prehispánicos, edificios coloniales y casas originales de adobe, madera y teja roja. En el mercado de artesanías se puede encontrar la cerámica de barro café característico de la zona. Cuenta

con gran oferta de hospedaje desde cabañas a hoteles con servicios adicionales como temazcal o de retiro y hoteles boutique. Esta gran variedad de actividades lo posicionan como el destino con mayor competitividad. La posibilidad de crear un centro de convenciones permitirá virar hacia un nuevo segmento de mercado que podrá eliminar la baja afluencia entre la semana y poder ofertar paquetes para empresas, escuelas o diversos consumidores que deseen realizar algún evento cultural, simposio, conferencia o juntas, en un ambiente que satisfaga a los asistentes.

Valle de Bravo obtuvo un índice de satisfacción de 9.56. El gasto promedio diario que realizan los turistas es de \$2,000 pesos y, de acuerdo con las encuestas, su estadía en el pueblo es de 8 horas, en promedio. La demanda por el destino es de 8 semanas al año.

Por el lado de la oferta, Valle de Bravo tiene un porcentaje de ocupación del 47.72% y, de acuerdo con los datos de la Sectur, el estado de los atractivos turísticos es medio. Actualmente oferta 485 cuartos, cuenta con 48 establecimientos de alimentos y bebidas, así como con una agencia de viajes, y cuenta con 3 guías de turistas certificados. Valle de Bravo cuenta con una tasa de desocupación de 3.93%, de acuerdo con la Sectur, que implica una alta tasa de desocupación. El turismo en la economía local representa el 32%.

La población que vive en Valle de Bravo tiene un grado de rezago social Muy Bajo. Dentro de los indicadores que se consideran se encuentran, la población de 15 años o más analfabeta, para este caso, en el año 2010, equivalía al 8.28%; la población sin derecho a servicios de salud ha disminuido al haber pasado de 67.10% en el año 2000 y, en el último Censo (2010), se registra el 34.51% de la población carece de este servicio. El porcentaje de viviendas con piso de tierra ha disminuido 7.37% en un periodo de 10 años (2000 – 2010). Otras consideraciones de las condiciones de la vivienda que se toman en cuenta son: si no cuentan con excusado o sanitario, para Valle de Bravo el 8.63% no cuentan con este servicio; los hogares que no disponen de agua entubada representan el 8.26%.

Por otro lado, el grado de marginación de Valle de Bravo es Bajo. Dentro de estos indicadores se encuentra el porcentaje de ocupantes sin energía eléctrica que para el año 2010 sólo comprende el 2.13%; las viviendas con algún nivel de hacinamiento representan

43.83%. El índice de vivienda precaria indica que el 10% o más de las viviendas en estado precario en Valle de Bravo.

La Agenda de competitividad se resume en la realización de proyectos realistas prácticos y viables que resuelvan las problemáticas indispensables y que alienten a que el turismo local se constituya como una herramienta del desarrollo sustentable de las localidades incorporadas. Los proyectos están orientados a la generación de valor es decir a partir de los recursos es necesario crear un aspecto innovador que conduzca a la aceptación de los consumidores y en consecuencia se traduzca en una compra del producto turístico. Las acciones deben responder a la generación de nuevas experiencias turísticas.

El Oro

Proyecto 1

Nombre: Fortalecimiento de la oferta turística de El Oro: visitas guiadas

Problemática: El servicio deficiente. Falta de oferta turística

Proyecto 2

Nombre: Implementación de actividades acuáticas en la presa Brockman

Problemática: No cuentan con infraestructura básica para brindar el servicio como: baños públicos, área de estacionamiento, área para acampar, palapas para comer, rampas de botado y lanchas. Contaminación de la presa. Evitar la improvisación de los servicios turísticos

Proyecto 3

Nombre: Rescate de la cultura minera de El Oro

Problemática: Difusión y comercialización Logística Falta de transporte.

Oferta turística deficiente. Desarticulación de los atractivos turísticos.

Proyecto 4

Diseño de imagen, difusión y promoción

Problemática: Falta de una imagen del destino. Incrementará la afluencia de visitantes. Se evitará las percepciones desproporcionadas que tienen los visitantes debido a la publicidad mal enfocada y engañosa . Tener la

información oportuna de acuerdo a las demandas de los turistas regionales y nacionales.

Malinalco

Proyecto 1

Nombre: Señalética en carreteras hacia Malinalco

Problemática: Falta de señalética en carreteras hacia Malinalco.

Proyecto 2

Nombre: Construcción de un Centro de Convenciones

Problemática: Baja ocupación en hoteles y muy poco consumo en establecimientos de alimentos y bebidas, además de poca actividad comercial ligada a la actividad turística.

Proyecto 3

Nombre: Reubicación de los comerciantes que ocupan la zona centro, hacia el mercado municipal.

Problemática: Invasión de comercio informal, en zona centro de Malinalco.

Metepec

Proyecto 1

Nombre: Fomento de la cultura turística en Metepec

Problemática: Turistas y visitantes insatisfechos. Bajos estándares de calidad en las empresas turísticas. Falta de continuidad y participación en los proyectos turísticos impulsados por el sector público y privado. Contratación de personal con carencias en formación turística. Encadenamientos limitados para la prestación de servicios.

Proyecto 2

Nombre: Fortalecimiento de los recorridos culturales Falta de oferta turística en el destino.

Problemática: Falta de continuidad del recorrido. Falta de personal capacitado. Falta de difusión y comercialización.

Proyecto 3

Nombre: Regularización y modernización de los prestadores de servicios turísticos y artesanos.

Problemática: Débil presencia del gremio artesanal en la oferta turística del destino. Introducción de productos no artesanales en el corredor artesanal. Desaprovechamiento de apoyos institucionales para el fortalecimiento de la actividad artesanal. Oferta de servicios de baja calidad.

Tepotztlán

Proyecto 1

Nombre: Mejoramiento de carretera Las Cabañas - Arcos del Sitio.

Problemática: Tiempo de recorrido entre el destino y uno de sus principales atractivos.

Proyecto 2

Nombre: Mejoramiento de vialidad en zona centro

Problemática: En la zona centro, hay un gran problema de tráfico vehicular, principalmente sábados y domingos.

Proyecto 3

Nombre: Construcción de un Centro de Convenciones

Problemática: Baja ocupación en hoteles y muy poco consumo en establecimientos de alimentos y bebidas, además de poca actividad comercial ligada a la actividad turística.

Proyecto 4

Nombre: Instalaciones turísticas en Presa de la Concepción

Problemática: Puesta en valor de un recurso natural. Diversificación de atractivos y productos turísticos.

Valle de Bravo

Proyecto 1

Nombre: Mejoramiento de vialidad en zona centro

Problemática: En la zona centro, hay un gran problema de tráfico vehicular, principalmente sábados, domingos y días festivos.

Proyecto 2

Nombre: Construcción de un Centro de Convenciones

Problemática: Baja ocupación en hoteles y muy poco consumo en establecimientos de alimentos y bebidas, además de poca actividad comercial ligada a la actividad turística de lunes a jueves.

Finalmente y de acuerdo con los indicadores seleccionados en términos de competitividad y sustentabilidad el municipio mejor ubicado es Valle de Bravo, seguido de Malinalco, El Oro, Tepetzotlán y Metepec.

Referencias

- Aghón, G., F. Albuquerque y P. Cortés (comps.). (2001). Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: un análisis comparativo. (LC/L.1549), Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Albuquerque, F., (1999). Manual del Agente del Desarrollo Local. Fondo de Cooperación al Desarrollo en Bélgica.
- Albuquerque, F., J.L. Llorens y J. del Castillo. (2002). Estudio de casos de desarrollo económico local en América Latina. Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Boisier S. (2005). ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización?. Revista de la CEPAL, 86, Agosto, 47-62.
- Finot, I. (2001). Descentralización en América Latina: teoría y práctica. Gestión pública, 12 (LC/L.1521-P). Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Publicación de las Naciones Unidas.
- Kulcsár, E., (2010). Principal component analysis in tourism marketing. *Management & Marketing*, 5 (2), 151-158.
- Llisterri, J. (2000). Competitividad y desarrollo económico local. Documento de discusión, marzo. Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Madrid Flores, F. y Cerón M. Hazael (2013). Evaluación de desempeño de los destinos turísticos en el marco de los Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos (CCRR). Documento de Investigación de la Secretaría de Turismo. México: Sectur-Cestur.
- Peña Daniel, (2003). Análisis de Datos Multivariantes. España: McGraw-Hill Interamericana de España.
- Secretaría General de Turismo de España. (2008). Modelos de Gestión Turística Local. Principios y prácticas. España: Federación Española de Municipios y Provincias conjuntamente con la Secretaría General de Turismo de España.

- Smith, Lindsay I. (2002). A tutorial on principal component analysis, Trabajo inédito.
- Tello, Mario D. (2010). Del desarrollo económico nacional al desarrollo local: aspectos teóricos. Revista CEPAL, 102, diciembre de 2010.
- Vázquez Barquero, A. (1999). Desarrollo, redes e innovación; lecciones sobre desarrollo endógeno. Pirámide 222 pp.
- Vázquez Barquero, A. (2000). Desarrollo endógeno y globalización. Eure, diciembre, XXVI, 079. Chile: Pontifica Universidad Católica de Chile Santiago,

Anexos

Anexo 2: Integración de las variables del análisis de indicadores económicos, sociales y desempeño institucional. Cuadro de Excel “Variables de los Pueblos Mágicos”.

Anexo 3: Cuestionario Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos para ejecutivos. Archivo de Word.

Anexo 4: Cuestionario Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos para prestadores de servicios. Archivo de Word.

Anexo 5: Cuestionario de satisfacción aplicado para los Pueblos Mágicos del Estado de México. Archivo de Word.

Anexo 6: Cuestionario para habitantes de la comunidad aplicado para los Pueblos Mágicos del Estado de México. Archivo de Word.

Anexo 7: Cédula de observación. Archivo de Excel.

Anexo 8: Captura de la información de los cuestionarios de satisfacción aplicado para los Pueblos Mágicos del Estado de México. Archivo de Excel.

Anexo 9: Captura de la información de los cuestionarios comunitarios aplicado para los Pueblos Mágicos del Estado de México. Archivo de Excel.

Anexo 10: Planes de Desarrollo Municipales de los municipios de El Oro, Malinalco, Metepec, Tepetzotlán y Valle de Bravo.