

2013

AGENDAS DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO



HERMOSILLO SONORA

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



méxico
Consejo de Promoción Turística





SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Estudio de Competitividad Turística del
Destino Hermosillo, Sonora.

Universidad Estatal de Sonora

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



DIRECTORIO

SECRETARÍA DE TURISMO FEDERAL

MTRA. CLAUDIA RUIZ MASSIEU

Secretaria de Turismo

C. P. Carlos Manuel Joaquín González

Subsecretario de Innovación y Desarrollo Turístico

Lic. José Salvador Sánchez Estrada

Subsecretario de Planeación

Lic. Francisco Maass Peña

Subsecretario de Calidad y Regulación

Mtro. Octavio Mena Alarcón

Oficial Mayor

FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO

LIC. HÉCTOR MARTÍN GÓMEZ BARRAZA

Director General

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO

LIC. RODOLFO LÓPEZ NEGRETE COPPEL

Director General



DIRECTORIO

GOBIERNO DEL ESTADO DE SONORA

LIC. GUILLERMO PADRÉS ELÍAS

Gobernador Constitucional del Estado de Sonora

C. P. Eduardo Javier Tapia Camou

Coordinador General de Fomento al Turismo del Estado de Sonora

UNIVERSIDAD ESTATAL DE SONORA

MTRO. SAMUEL ESPINOSA GUILLEN

Rector de la Universidad Estatal de Sonora

Mg. Blanca Reyna Olguín Negrete

Directora General del Proyecto



SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

PRESENTACIÓN

La prioridad del Presidente Enrique Peña Nieto ha sido emprender reformas transformadoras en los diferentes ámbitos de la vida nacional para que México sea un país en paz, incluyente, con educación de calidad, próspero y con responsabilidad global.

La Política Nacional Turística tiene como objeto convertir al turismo en motor de desarrollo. Por ello trabajamos en torno a cuatro grandes directrices: ordenamiento y transformación sectorial; innovación y competitividad; fomento y promoción; y sustentabilidad y beneficio social para promover un mayor flujo de turistas y fomentar la atracción de inversiones que generen empleos y procuren el desarrollo regional y comunitario.

Para ello, el Presidente de la República instruyó trabajar en la construcción de Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos Prioritarios. Las 44 Agendas desarrolladas tienen por objeto establecer un plan de acción que impulse la innovación de la oferta turística y aumente la competitividad del sector en cada una de las localidades.

Para su elaboración, la Secretaría de Turismo desarrolló una metodología uniforme y convocó a los Gobiernos de las Entidades Federativas, para, con la colaboración de 33 Instituciones de Educación Superior y la participación de cerca de 600 académicos e investigadores, autoridades municipales y los actores involucrados en el sector, desarrollar un instrumento evaluador de situaciones y generador de respuestas concretas a los lineamientos y estrategias contenidos en la Política Nacional Turística y planteados en el Plan Nacional de Desarrollo.

Las Agendas de Competitividad, nos permitirán:

- Determinar la situación actual del sector turístico en los destinos seleccionados.
- Diseñar una agenda con propuestas basadas en criterios e indicadores de competitividad comunes que respondan a la problemática particular de cada destino.
- Generar un Tablero de Control de Competitividad para Destinos Turísticos (TCCDT) que permita evaluar avances y contar con criterios sólidos para canalizar recursos a los destinos.
- Contar con una cartera de proyectos viables para ser financiados mediante los Convenios de Subsidios o apoyados con esquemas financieros alternos.

En la Secretaría de Turismo del Gobierno de la República estamos comprometidos con el desarrollo y transformación de México, por lo que continuaremos trabajando para lograrlo. La entrega de estas Agendas de Competitividad así lo demuestra. Constituyen una oportunidad para abrir nuevos horizontes en el devenir del desarrollo turístico nacional y elevar la competitividad del sector. Representan un nuevo esquema de vinculación con la sociedad en la que participaron los diferentes agentes y actores que conforman el sector. En este sentido, las Agendas inauguran múltiples sendas propicias para el desarrollo económico sustentable y sostenible del país.

CLAUDIA RUIZ MASSIEU

Secretaria de Turismo

México, D.F., febrero de 2014



SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

INTRODUCCIÓN

La competitividad se define, según el Diccionario Oxford de Economía, como “la capacidad para competir en los mercados de bienes o servicios”. A lo largo de los últimos 20 años se ha agudizado la discusión sobre la sana pertinencia o la obsesión peligrosa¹ de su uso, para fines de analizar el comportamiento y evolución de los entramados productivos que rigen el destino de países y actividades económicas.

No obstante los debates académicos, el uso del término forma parte del lenguaje cotidiano utilizado por investigadores, funcionarios, académicos y demás interesados en impulsar políticas públicas que sirvan para mejorar las condiciones de la población de los diferentes países, estados y sectores.

La actividad turística no es la excepción; por ese motivo a lo largo de los últimos años, se ha generado importante bibliografía que da cuenta de los intentos por que ésta actividad alcance niveles de excelencia, que le permita posicionarse en los primeros lugares de los catálogos de competitividad, ya sea entre naciones, estados, municipios, localidades o destinos, e incluso a nivel empresas.

LAS AGENDAS DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

- El Presidente de la República anunció en Nayarit el 13 de febrero de 2013, las directrices de la nueva Política Nacional Turística.
- Como parte de las acciones definidas en el PND, se encuentra la construcción de las “Agendas de Competitividad de los 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.
- Para el desarrollo de los trabajos se ha elaborado una metodología uniforme para construir las ACDT. Un elemento estratégico ha sido el liderazgo de SECTUR y el involucramiento de los Gobiernos Estatales y autoridades locales, así como de la participación de 33 Instituciones de Educación Superior, y de más de 600 académicos e investigadores, para asegurar la calidad de las investigaciones.
- Los destinos seleccionados incorporan los principales receptores de turistas internacionales y nacionales, los CIP’s de FONATUR y las Ciudades Patrimonio. Esta selección agrupa a los siguientes destinos:

1 P. Krugman, “Competitiveness: A Dangerous Obsession”, Foreign Affairs, vol. 73, núm. 2, 1994, pp. 28-44

DESTINOS TURÍSTICOS

- | | | |
|---------------------|--------------------------|-----------------------------|
| 1. Acapulco | 16. Ixtapa - Zihuatanejo | 31. Riviera Maya |
| 2. Aguascalientes | 17. Ixtapan de la Sal | 32. San Juan de Los Lagos |
| 3. Ciudad Juárez | 18. León | 33. San Luis Potosí |
| 4. Campeche | 19. Los Cabos | 34. San Miguel de Allende |
| 5. Cancún | 20. Manzanillo | 35. Tampico - Madero |
| 6. Chalma | 21. Mazatlán | 36. Tijuana |
| 7. Ciudad de México | 22. Mérida | 37. Tlacotalpan |
| 8. Cozumel | 23. Morelia | 38. Tlaxcala |
| 9. Cuernavaca | 24. Monterrey | 39. Torreón |
| 10. Durango | 25. Riviera Nayarit | 40. Tuxtla Gutiérrez |
| 11. Ensenada | 26. Oaxaca | 41. Veracruz - Boca del Río |
| 12. Guadalajara | 27. Pachuca | 42. Villahermosa |
| 13. Guanajuato | 28. Puebla | 43. Xalapa |
| 14. Hermosillo | 29. Puerto Vallarta | 44. Zacatecas |
| 15. Huatulco | 30. Querétaro | |

El propósito de focalizar los esfuerzos analíticos y de políticas públicas, en polígonos de actuación específicos, ha sido el poder identificar soluciones prácticas e impactos visibles entre los diferentes actores, que son protagonistas de la denominada industria de la hospitalidad.

Con el fin de conocer los alcances y recomendaciones derivadas de las investigaciones realizadas, se ha desarrollado para cada Agenda un resumen ejecutivo, que tiene como finalidad presentar de manera sintética, los principales resultados de los trabajos, partiendo del diagnóstico de cada destino y de las agendas construidas, considerando las principales propuestas y los proyectos de inversión identificados, con los que se busca mejorar significativamente la competitividad de las localidades y regiones que considera.

La elaboración de 44 Agendas de Competitividad, permitió confirmar la hipótesis planteada al inicio de los trabajos, que identificaba el problema de los principales destinos turísticos del país, como oferentes de productos turísticos que enfrentan severas retenciones para generar un valor agregado creciente, es decir, se observó en la mayoría de los casos, un estancamiento en la producción de riqueza, que favorezca y mejore sustantivamente el bienestar de la población local y las condiciones de rentabilidad de las empresas prestadoras de servicios turísticos.

En ese sentido, más que avanzar en profundizar en un índice de competitividad que permitiera cuantificar con precisión las brechas existentes entre los destinos y los estados, no obstante que los interesados en el tema encontrarán material para elaborar ejercicios de este tipo, nos dimos a la tarea de identificar en cada destino seleccionado, las claves que permitan revertir las problemáticas y obstáculos encontrados, para liberar la capacidad creativa y la innovación que asegure capitalizar las ventajas comparativas; o dicho de otra manera, para aprovechar con bases sustentables, la extraordinaria dotación de recursos naturales, culturales y vivenciales disponibles a lo largo y ancho del territorio nacional.

En este tenor, se optó por orientar el esfuerzo de investigación aplicada, hacia la solución de estas restricciones que afectan frontalmente el desarrollo de los municipios, de los estados y de las regiones del país. Con esta línea de investigación, se encaminaron los trabajos y recomendaciones, a recuperar el concepto de competitividad.



¿QUÉ ENSEÑANZAS NOS DEJAN LAS ACDT?

- Se logró un esquema de trabajo novedoso, que generó la coordinación efectiva entre los tres niveles de gobierno, lo que detona enseñanzas y lecciones de gran utilidad para actuar localmente e impactar en el ámbito nacional.
- La academia y en especial la Instituciones Locales de Educación Superior, están ávidas de interactuar con los responsables de las políticas públicas y tiene un creciente interés por proponer soluciones a los problemas que aqueja su entorno inmediato.
- Se diseñó una metodología que sirvió como marco conceptual de los trabajos de los investigadores y estudiosos participantes, misma que partió de la premisa de trascender el diagnóstico y propuso para cada problemática identificada iniciativas o proyectos de solución.
- Cada destino cuenta con un portafolio de proyectos de inversión, que más allá del número total obtenido, garantiza que el análisis técnico que se les practicó se apega a una evaluación alineada con los objetivos y alcances del proyecto.

¿QUÉ HALLAZGOS OFRECEN LAS AGENDAS?

- Un inventario rico en contenido de políticas, programas y acciones que se practican en los destinos turísticos de la República Mexicana, así como su valoración y recomendaciones de mejora dependiendo la latitud donde se aplique. Por lo que el lector de los trabajos completos y en los resúmenes ejecutivos, podrá encontrar un acervo abundante e interesante sobre la problemática y recomendaciones por destino seleccionado.
- Se plasma la evidencia de que, casos exitosos en una demarcación, no necesariamente tienen viabilidad para su instrumentación en otras latitudes, al mismo tiempo que estrategias locales son pertinentes para una instrumentación de corte nacional.
- Se demuestra cómo las políticas de fomento para el sector tienen su aterrizaje en la localidad, y si esto no se contempla al momento de su diseño, están condenadas al fracaso, lo que obliga a colocar la problemática municipal en el centro de la competitividad de las ciudades, destinos o puertos turísticos.
- Un destino sin planeación urbana, es un destino sin futuro próspero, la evidencia de los trabajos de muchos destinos en la materia, amerita un reconocimiento de los casos exitosos, así como las áreas de oportunidad para mejorar la actuación de las autoridades.
- La necesidad de impulsar destinos turísticos integralmente seguros que garanticen la integridad física y patrimonial de los paseantes es indispensable, como más de una ACDT da cuenta, por lo cual se percibió la necesidad de seguir trabajando en esquemas que regresen la confianza del turista, y en los que la experiencia de su visita será plenamente satisfactoria.
- Uno de los grandes temas pendientes radica en la calidad y mejora regulatoria que se tiene en los destinos, existiendo la evidencia de ser factores que han contraído la inversión en diferentes productos turísticos; se encontró desde falta de alineación entre las leyes relacionadas, así como mecanismos de sobre regulación que requieren el concurso decidido de todos los involucrados.

- Las propuestas que se tienen para aprovechar las tecnologías de la información y comunicación, revelan la gran brecha digital que todavía se tiene en esquemas de información turística, así como en las estrategias de promoción local.
- Los investigadores y académicos locales en general, no han encontrado los mecanismos precisos para generar proyectos e iniciativas aplicadas, que redunden en beneficios específicos para este sector.
- Los temas ambientales son tratados con diferentes niveles de detalle, aportándose reflexiones, soluciones, evidencia de afectaciones y casos de éxito en materia de conservación y aprovechamiento sustentable de los recursos. Igualmente, se plantean alternativas que enfoques como la economía verde pueden traer aparejados.
- Los temas de promoción son intrínsecos de la actividad turística y evidenciaron, en algunos casos, que la canalización de recursos públicos en lo local, rebasa significativamente a los recursos que se canalizan al producto turístico en sí, resaltando la necesidad de demostrar claramente los beneficios netos de algunas de estas prácticas.
- Por su parte se observaron carencias en materia de evaluación y seguimiento de las estrategias y acciones turísticas, así como los impactos que estas iniciativas tienen en temas, como el de la competitividad, entre otros.
- En materia de esquemas de comercialización, se observó que la mayor parte de los destinos y productos turísticos, se empaquetan o integran para su venta desde una perspectiva tradicional, donde los esquemas de precios son los que privan por encima de alternativas basadas en la innovación y generación de nuevas alternativas. Muchas de las respuestas que ofrecen las agendas, apuntan en el sentido de impulsar un modelo de comercialización basado en la generación de valor agregado, es decir mayor riqueza para las localidades y el país.

En suma podemos decir que el ejercicio de las Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos, ofrece múltiples respuestas a quienes se acercan a conocer las problemáticas locales, pero más importante aún, son las iniciativas para corregir y actuar en la solución de los problemas que aquejan a nuestros destinos, desde los más generales, hasta los más puntuales y detallados.

Con este propósito se presentan estos ejercicios, con la confianza de que millones de personas que trabajan diariamente en y por el turismo, encuentren rutas para cristalizar el sueño de un mejor turismo que beneficie a todos.



AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Estudio de Competitividad Turística del
Destino Hermosillo, Sonora.

Universidad Estatal de Sonora

Enero 2014

CONTENIDO

Tabla de contenido

Introducción	4
Resumen Ejecutivo	5
Objetivo	5
Objetivos específicos	5
Impactos proyectados	6
I. DIAGNÓSTICO	6
CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	8
1. Perfil socioeconómico del municipio y en especial del papel del turismo en su sistema económico y social	8
1.1. Localización	8
1.2. Población	9
1.3. Recursos naturales	12
1.4. Infraestructura	13
1.4.1. Agua potable	14
1.4.2. Electricidad	14
1.4.3. Vivienda	14
1.4.4. Alumbrado público	14
1.4.5. Alcantarillado	15
1.4.6. Vías de comunicación	15
1.4.7. Salud pública	15
1.4.8. Sistema de transporte	16
1.4.9. Seguridad	16
1.4.10. Educación	16
1.4.11. Obras urbanas	17
1.5. Actividades económicas	17
2. Identificación y análisis del potencial de los recursos y servicios turísticos	18
2.1. Oferta disponible para turismo de sol y playa	18
2.2. Oferta disponible para turismo urbano	19
2.3. Oferta disponible para turismo de reuniones	22
3. Evaluación cualitativa y cuantitativa de la oferta de hospedaje del destino	23
3.1. Oferta de hospedaje en Hermosillo	23
4. Especificación de la oferta complementaria	27
4.1. Oferta gastronómica	27
4.2. Agencias de viaje receptoras	29
4.3. Oficinas de información	30
4.4. Guías turísticos	30
4.5. Empresas de servicios de turismo especializado	30
4.6. Servicios de transporte turístico	30
4.7. Servicio de arrendadoras	31
4.8. Artesanías	31
4.9. Ocio y diversión nocturna	32
5. El Factor humano	34
6. Marco institucional, normativo y asociativo	38
7. Accesibilidad y movilidad	41
7.1. Vías de acceso terrestre	41
7.2. Conectividad aérea	41

7.3 Conectividad terrestre.....	46
7.4. Conectividad marítima	48
8. Infraestructuras básicas	49
8.1. Vivienda.....	49
8.2. Agua potable.....	51
8.3. Red de alcantarillado sanitario	52
8.4. Área rural.....	52
8.4.1. Área rural oriente	52
8.4.2. Área rural poniente.....	54
8.4.3. Miguel Alemán	56
8.4.4. La Costa de Hermosillo.....	57
8.5. Incidencia delictiva en Hermosillo.....	57
9. Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano)	58
9.1. Patrimonio histórico (urbano).....	58
9.2. Áreas naturales protegidas.....	59
9.2.1. Zona Arqueológica La Pintada.....	59
10. Identificación de áreas sensibles de protección ambiental y paisajística, así como de las limitaciones y condicionantes para su aprovechamiento turístico	60
11. Mercados (actuales y potenciales).....	63
12. Comunicación y Promoción	65
13. Comercialización	68
14. Identificación y análisis de las TIC´s disponibles y utilizadas en el destino, como instrumento y herramientas de soporte para la modernidad.....	69
CAPÍTULO II FODA DEL DESTINO HERMOSILLO.....	84

Introducción

La puesta en marcha de un Proyecto Agenda de Competitividad por Destinos Turísticos (ACDT), corresponde a una nueva Política Nacional Turística, que tiene como propósito diagnosticar su situación y emprender un programa de acciones, en coordinación estrecha entre la Federación y los gobiernos locales, para aprovechar el potencial turístico de México y generar una mayor derrama económica en el país. Las ACDT se alinean a la Estrategia 4.11.2. del Plan Nacional de Desarrollo (PND), relativo a “Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico”.

La 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. Como herramienta de planeación participativa, coordinará la actuación de los tres órdenes de gobierno, en favor de mejorar el desempeño del sector turístico. Será una base sólida para promover un desarrollo turístico local sustentable del destino de Hermosillo Sonora y permitirá conocer el comportamiento de la competitividad de las localidades.

El desarrollo de las Agendas de Competitividad de los destinos turísticos se llevará a cabo mediante una planeación participativa, bajo la coordinación de la Secretaría de Turismo en lo general; y la Coordinación de Turismo del Gobierno del Estado en particular, con la participación de la Institución Local de Educación Superior contratada.

El presente Diagnóstico Turístico del Destino Hermosillo, Sonora; responde al grupo de 44 destinos que fueron seleccionados por el Gobierno Federal y Gobiernos Estatales para el desarrollo de ADCT, el cual permitirá conocer la capacidad del destino para atraer viajeros e inversión en infraestructura y equipamiento turístico, que impacte en la llegada de visitantes, incremente la ocupación y el gasto promedio, y permita generar beneficios reales para las comunidades locales, las empresas y los prestadores de servicios turísticos, además de favorecer la sostenibilidad del patrimonio natural.

Resumen Ejecutivo

La presente investigación es un diagnóstico llevado a cabo en la ciudad de Hermosillo, Sonora; con el propósito de conocer la Competitividad Turística Local y emprender programas de acción para posicionarlo como destino turístico. Entendiéndose como capacidad del destino turístico a aquellas actividades que permiten atraer viajeros e inversiones en infraestructura y equipamiento turístico, que impacte en la llegada de visitantes, incremente la estancia y el gasto promedio turístico para generar beneficios para los residentes locales, prestadores turísticos y favorecer la sustentabilidad (Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable del Estado de Sonora, 2010-2015).

Cabe aclarar que forma parte de la Agenda de Competitividad por Destino Turístico de México que tiene como fin el aprovechar el potencial turístico para generar una derrama económica que beneficiará a los residentes locales, prestadores de servicio y permitirá el posicionamiento de los destinos del país.

Para el desarrollo de este documento se llevó a cabo un diagnóstico situacional del municipio de Hermosillo que incluyó perfil socioeconómico y en especial el papel del turismo en su sistema socioeconómico, cultural y ambiental, así como la identificación y análisis del potencial de los recursos y servicios turísticos; la evaluación cualitativa y cuantitativa de la oferta de hospedaje del destino; la oferta gastronómica; el factor humano; el marco institucional normativo y asociativo; la accesibilidad y movilidad; la infraestructura básica; la protección del territorio y del paisaje (natural y urbano); la identificación de áreas sensibles de protección ambiental y paisajística, como también las limitaciones y condicionantes para su aprovechamiento turístico; y finalmente conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del destino de Hermosillo, Sonora.

Objetivo

Contar con un conocimiento del estatus que guarda la competitividad en la localidad para delinear una estrategia o agenda realista, práctica y viable para el destino Hermosillo, Sonora; que servirá de base para la toma de decisiones posteriores, así como su incorporación en las Agenda de los Destinos Turísticos, y para la construcción del Índice de Competitividad de los Destinos Turísticos.

Objetivos específicos

Para efectos del estudio propuesto, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Conocer en qué etapa de desarrollo está el destino turístico de Hermosillo, Sonora.
- Realizar un análisis FODA del destino.

- Llevar a cabo una revisión de las condiciones económicas, sociales y ambientales utilizando la información cualitativa y cuantitativa; para destacar las estructuras y tendencias de desarrollo empresarial local, considerando el ámbito regional o estatal.
- Establecer sistemas de manejo de indicadores, para su futuro uso en trabajos de monitoreo y evaluación. (Indicadores de Hermosillo/101 indicadores).
- Comparar a los destinos para generar un tablero de control de gestión de destinos.

Impactos proyectados

Con base en los hallazgos, se podrá diseñar la Agenda de Competitividad Turística que se conforma por un Diagnóstico y un Plan de Acción (Agenda de Competitividad del Destino Turístico de Hermosillo, Sonora), que se estructurará con un contenido básico, como el que sigue:

I. DIAGNÓSTICO

Prólogo

El turismo es una actividad económicamente dinámica, que mantiene un ritmo de crecimiento a pesar de las adversidades que se pueden presentar tanto en el plano nacional como internacional; genera además una derrama económica considerable que impacta en empleos, captación de divisas y en un desarrollo regional sustentable.

México cuenta con ventajas comparativas con otros países como es su ubicación geográfica, recursos naturales y culturales y su alto sentido de hospitalidad; sin embargo en la actualidad, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), nuestro país se encuentra por debajo del nivel en turismo receptivo como en la captación de divisas, lo que traduce en una pérdida de competitividad en los mercados turísticos internacionales. Ante esta situación el gobierno federal ha implementado las políticas públicas necesarias para la elaboración de un diagnóstico por destino turístico y los proyectos estratégicos que permitan colocar al país en los gustos y preferencias del turista internacional y con ello mejorar los indicadores del ranking del barómetro turístico de la OMT.

Por otra parte, Sonora es una de las entidades federativas privilegiadas de la República Mexicana, ya que cuenta con diferentes ecosistemas (mar, desierto, valle, sierra) que hacen de éste un lugar diversificado en recursos naturales; además su situación geográfica lo coloca como vecino del primer país emisor de turistas internacionales, sin embargo, a pesar de toda esta riqueza no existen programas y proyectos que impulsen su aprovechamiento para detonar los flujos turísticos que permitan una mayor derrama económica en el estado.

La dinámica económica de Hermosillo la distingue del resto de los municipios del estado, por el número de inversiones, la generación de empleos, el nivel de vida,

solo por nombrar algunos; lo que ha dado como consecuencia que la ciudad sea visitada por un alto número de empresarios y ejecutivos, mismos que han constituido lo que hoy llamamos el turismo de reuniones de negocios; además de la cercanía con los mercados de Arizona y California en los Estados Unidos y los gustos de estos segmentos de mercado por las bellezas naturales, ha generado que el destino se encuentre entre sus preferencias de recreación y esparcimiento.

Por lo anterior, se podría considerar un imaginario favorable para la actividad turística, sin embargo la diversidad de recursos naturales y un mosaico de tradiciones culturales que posee el municipio no tienen el impacto esperado por falta de programas y proyectos turísticos coordinados por los tres niveles y la iniciativa privada, los primeros por carecer de una visión regional integradora y los segundos por la existencia de un desánimo y poca credibilidad en las políticas de gobierno.

CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

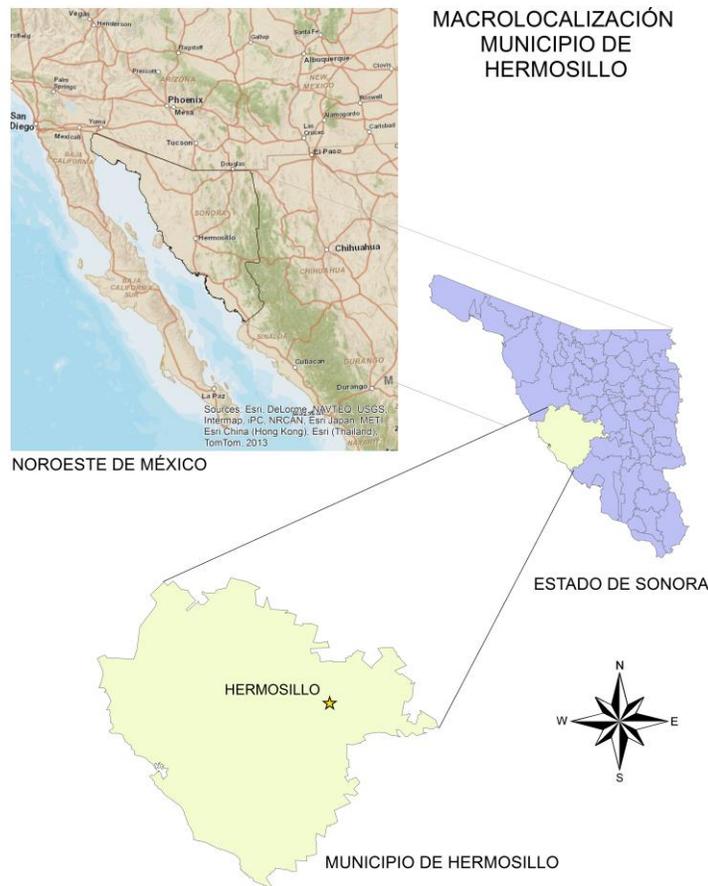
1. Perfil socioeconómico del municipio y en especial del papel del turismo en su sistema económico y social.

1.1. Localización

El municipio de Hermosillo cuenta con una extensión territorial de 14,880.2 kilómetros cuadrados, represente el 8.02% del total estatal y el 0.76% en relación a la nación, de acuerdo al Plan de Desarrollo Municipal de Hermosillo (2013-2015) está ubicado al oeste del Estado de Sonora, colinda al noroeste con Carbó y San Miguel de Horcasitas, al este con Ures y Mazatán, al sureste con La Colorada y Guaymas, al noroeste con Pitiquito y al suroeste con el Golfo de California.

Su cabecera es la ciudad de Hermosillo y se localiza en el paralelo 29° 05° de latitud norte y el meridiano 110° 57° de longitud oeste de Greenwich a una altura de 282 metros sobre el nivel del mar. Entre las principales localidades se encuentran, Miguel Alemán, San Pedro El Saucito, Bahía Kino, Kino Nuevo, La Victoria y La Manga (Plan de Desarrollo Municipal de Hermosillo, 2013-2015).

Figura No. 1
Macrolocalización del municipio de Hermosillo 2014

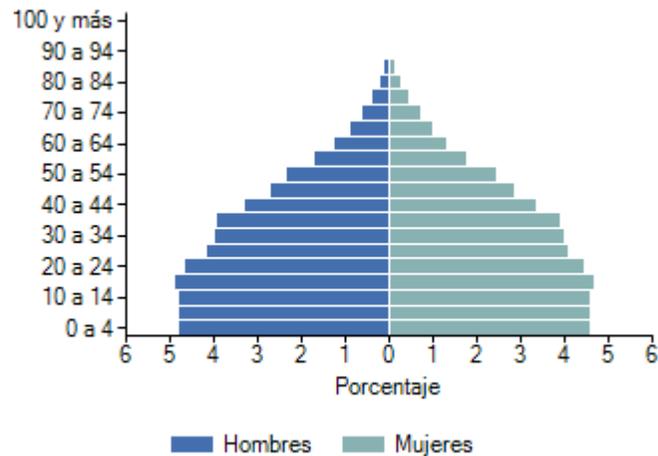


Fuente: Enciso (2014). Macrolocalización del municipio de Hermosillo.

1.2. Población

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda (2010), la población del estado de Sonora es de 2,662 mil 480 personas, el 2% del total nacional. En la entidad la población se concentra en los municipios de Magdalena (1.12%), Guaymas y Navjoa (6%) respectivamente, Nogales (8%), San Luis Río Colorado (7%), Cajeme (15%) y Hermosillo (29.4%) con un total de 784 mil 342 habitantes de los cuales el 50.1% son hombres y 49.9% son mujeres.

Figura No. 2
Pirámide de Población, 2010
Distribución de la población de Hermosillo por grupos quinquenales y sexo



Fuente: INEGI Censo de Población y Vivienda (2010).

La población del municipio de Hermosillo en las dos últimas décadas ha aumentado en un 74.7%.

Cuadro No. 1
Hermosillo: Indicadores de población, 1990-2010

Población	Distribución por año				
	1990	1995	2000	2005	2010
Hombres	223,762	279,421	303,533	349,230	392,697
Mujeres	225,204	279,733	306,296	352,608	391,645
Total	448,966	559,154	609,829	701,838	784,342
Densidad de población del municipio (hab/Km ²)	No disponible	32.99	38.87	41.41	46.26
% de población con respecto al estado	24.62	26.81	27.51	29.31	29.46

Fuente: INEGI Censo de Población y Vivienda 2010/ II Censo de Población y Vivienda 2005/XII Censo General de Población y Vivienda 2000/ Censo de Población y Vivienda 1995 y XI Censo General de Población y Vivienda 1990.

Los indicadores demográficos del municipio de Hermosillo de acuerdo al Consejo Estatal de Población y con base a los resultados de Censo de Población y Vivienda (2010), señala que la tasa de crecimiento medio anual es de 2.5%, considerando la tasa de crecimiento natural que es de 1.6% y la tasa de crecimiento social de 0.9%, indicando que la tasa de nacimiento y la población migrante va en aumento.

Asimismo, menciona que la tasa global de fecundidad es en promedio 2.2 hijos por mujer, lo que se aprecia una reducción en los nacimientos y aumento en los adultos mayores con una esperanza de vida de 79.5 años y la edad media es de 26 años.

Respecto a la población de lenguas indígenas del municipio con base al Censo de Población y Vivienda (2010), se tiene: Triqui con 1,363 hablantes, seguido de 954 lengua no especificada; Mayo 932 hablantes, Náhuatl 751 hablantes, Mixteco 742 hablantes, Yaqui 582 hablantes, mientras que Seri tiene 503 hablantes, entre otros como se aprecia a continuación:

Cuadro No. 2
Hermosillo: Lenguas indígenas habladas en el municipio, 2010

Lengua indígena	Número de hablantes		
	Total	Hombres	Mujeres
Triqui	1,363	673	690
Lengua Indígena No Especificada	954	531	423
Mayo	932	604	328
Náhuatl	751	469	282
Mixteco	742	343	399
Yaqui	582	416	166
Seri	503	248	255
Zapoteco	302	177	125
Tarahumara	254	162	92
Totonaca	102	90	12
Tzeltal	98	73	25
Mixteco De La Mixteca Alta	90	44	46
Huasteco	70	51	19
Mixteco De La Mixteca Baja	67	39	28
Popoluca	48	39	9
Mazahua	42	12	30
Tzotzil	38	29	9
Maya	36	25	11
Pima	33	21	12
Huichol	28	21	7
Chinanteco	26	5	21
Tlapaneco	26	14	12
Otomí	25	19	6
Purépecha	24	17	7
Mazateco	24	16	8
Tepehuano	23	13	10
Cora	20	16	4
Amuzgo	20	11	9
Chol	20	15	5
Pápago	18	15	3
Mixe	18	13	5
Chontal	14	11	3
Cuicateco	14	13	1
Tojolabal	12	9	3
Guarijio	12	5	7
Mame	11	6	5
Huave	11	8	3
Zoque	9	7	2
Popoloca	7	5	2

Otras Lenguas Indígenas De América	6	4	2
Otras Lenguas Indígenas De México	5	2	3
Chatino	5	2	3
Zapoteco Sureño	2	1	1
Amuzgo De Guerrero	2	2	0
Jacalteco	2	2	0
Kikapú	2	2	0
Kanjobal	2	2	0
Tepehuano De Durango	2	2	0
Chocho	1	1	0
Zapoteco Vallista	1	1	0
Pame	1	1	0
Tepehua	1	1	0
Zapoteco Del Istmo	1	1	0
Ixil	1	1	0

Fuente: INEGI. Censo de Población y Vivienda (2010).

1.3. Recursos naturales

En el municipio de Hermosillo los ecosistemas presentes coexisten en ambientes desérticos con escasez de agua durante todo el año y temperaturas cálidas la mayoría del tiempo. Se caracteriza por tener dos regiones climáticas, una en la zona costera la cual tiene un clima desértico semicálido con inviernos frescos y temperaturas bajas en enero y febrero; contrario a esto en julio y agosto persiste hasta los 48°C. Otra zona que abarca el resto del municipio con un clima muy seco y temperaturas de 14 a 16°C en los meses de enero y febrero, con extremas de hasta 49°C. Las lluvias en la región costera se presentan en los meses de junio, julio, agosto y septiembre con una precipitación pluvial de 75 a 200 milímetros y en el resto del municipio se registran en verano con una precipitación pluvial entre 200 a 300 milímetros (Plan de Desarrollo Municipal de Hermosillo, 2013-2015).

Como la mayoría de los ecosistemas en la ciudad de Hermosillo se encuentra fuertemente amenazados por el crecimiento demográfico y el impacto derivado de las actividades humanas (Stoleson et al, 2005). Principalmente la agricultura, ganadería, extracción forestal, minería y desarrollo urbano (Búrquez y Martínez-Yrizar, 2007). Una parte muy significativa de los terrenos utilizados para la agricultura se han abandonado principalmente por el problema de la intrusión salina en la que el manto acuífero ha sido invadido por el agua de mar (VanDevender, 2010 y Martínez-Yrizar, 2010).

El ecosistema predominante es denominado como matorral arbosufructescente caracterizado por arbustos y subarbustos de talla mediana con tallos leñosos y hojas no esclerosas.

Del lado costero se localiza una buena parte con duna móviles que cambian con los años y no permiten la instalación de plantas perenes sin que sean renovadas en pocos años; aunado a este ecosistema también se tienen importantes superficies de manglares.

Flora

Algunas de las plantas más comunes encontradas en este matorral son mezquite (*Prosopis sp*), palo verde (*Cercidium sp.*) rama blanca (*Encelia farinosa*), vinorama (*Acacia constricta*), higuierilla (*Ricinus communis*), zacate bufel (*Pennisetum ciliare*), *Bouteloua*, romerillo (*Baccharis sp*), quelite (*Amaranthus sp.*), nopal (*Opuntia sp.*), mala mujer (*Solanum, sp.*), guamúchil (*Pithecellobium sp.*), girasol (*Helianthus sp.*), cinita (*Lophocereus schottii*), sahuaro (*Carnegiea gigantea*), cardón (*Pachocereus pringlei*), pitaya (*Stemocereus thurberi*), gobernadora (*Larrea tridentata*), palofierro (*Olneya tesota*), choya (*Opuntia biguelovii*), hierba del burro (*Ambrosia dumosa*), ocotillo (*Fouquieria splendens*), chamiso (*Atriplex sp.*) entre otras. En las áreas costeras se presentan más comúnmente arbustos pequeños tales como *Bursera*, *Jatropha*, *Krameria*, *Atriplex*, *Ambrosia*, *Batis*, *Alenrolfea* y *Salicornia* por mencionar algunas. En los manglares predominan el *Rizophora mangle*, *Avicennia germinans* y *Laguncularia recemosa* (Felger et al, 2007).

Fauna

Enderson et al (2010), menciona que los animales más comunes del municipio son zorrillo (*Spilogale sp*), liebre (*Lepus sp*), rata de campo (*Sigmodon hispidus*), coyotes (*Canis latrans*), tortugas (*Gopherus agassizii*), ardilla, correcaminos (*Geococcyx californianus*), águila, caracara (*Caracara cheriway*), halcón (*Falco sp.*), garza, chanate, gorrión (*Passer domesticus*), paloma llanera (*Zenaida macroaura*), codorniz (*Callipepla gambelli*), pato, aura, cadernales; así como víboras (*Crotalus sp*, *Micrurus sp*, *Heterodon sp*, etc.), ranas (*Lithobates sp*), lagartijas (*Aspidoscelis sp*), camaleones (*Prynosoma sp*).

Asimismo, entre los invertebrados más conspicuos están las mariposas (*Pieridae* y *Papilionidae*), libélulas (*Libellulidae*), moscas (*Musca domestica*), mosquitos (*Culex sp*) y arañas (*Araneidae* y *Lycosidae*).

Entre los animales domésticos más comunes se encuentran perros, gatos, gallinas, vacas y caballos. Por otra parte, las especies marinas del destino son cochitos, tortuga marina, mantarralla, tiburones, ballenas, camarones, entre otros.

1.4. Infraestructura

Por infraestructura se refiere a servicios básicos para el funcionamiento esencial de una localidad como: agua potable, electricidad, vivienda, alumbrado público, alcantarillado, vías de comunicación, salud pública, sistema de transporte, seguridad, educación y obras urbanas (parques, plazas, etc.) que facilitan el desarrollo de las actividades sociales y económicas, así como la transferencia de bienes y servicios con el resto del país. Son elementos indispensables para la puesta en valor de los atractivos y soporte de la planta turística (Quesada, 2007).

1.4.1. Agua potable

El tema prioritario para el municipio de Hermosillo es sin duda el abastecimiento de agua, la cual se sustrae de 136 fuentes subterráneas, distribuidas en 12 captaciones; contando con 3 plantas potabilizadoras con capacidad para tratar 600 litros por segundo cada una. En el período del 2010 al 2012, se perforaron 24 pozos profundos: 10 en la zona “Los Bagotes”, 4 en la captación “Willard” y 10 con profundidad mayor de los 300 metros en el acuífero Mesa del Seri-La Victoria (Plan Municipal de Desarrollo 2013-2015).

El municipio cuenta con una red de conducción de agua que alcanza una longitud de 2,403.8 kilómetros de tubería de distintos diámetros para proveer de este servicio a la población, pero el surgimiento de asentamientos humanos irregulares, aunado a la construcción de fraccionamientos alejados de las líneas troncales y aislados entre sí, ha provocado que la red de distribución de agua potable en la ciudad haya crecido de manera distorsionada, debido a que la expansión de la mancha urbana no ha sido compatible con la distribución existente; a esto se suma la antigüedad de más del 30% de la tubería y la existencia de tomas clandestinas que ocasionan el desperdicio del agua en la red, impactando negativamente en la eficiencia del sistema (Implan Hermosillo 2012-2015).

1.4.2. Electricidad

En el renglón de electricidad, Hermosillo cuenta con dos plantas generadoras de energía eléctrica ubicadas al oriente y poniente del municipio y operan interconectadas al Sistema Eléctrico del Noroeste. Su cobertura es del 98.2%, con una longitud de red de comercialización de 7,850 kilómetros, distribuidas en 262,203 tomas domésticas; 1,474 de alumbrado público; 295 de bombeo de agua potable y aguas negras; 1,601 de agrícolas e industriales y; 27,970 de servicios. Es importante mencionar que la ciudad de Hermosillo requiere la instalación de más plantas porque las altas temperaturas que se presentan en el verano, hace evidente algunas deficiencias en el servicio (Plan Municipal de Desarrollo 2013-2015).

1.4.3. Vivienda

El municipio de Hermosillo se encuentra distribuido en diez sectores que registran un total de 267,856 viviendas particulares: 78.5% habitadas, 15.9% deshabitadas y un 5.4% son de uso temporal. Del total de habitadas, 99% cuentan con energía eléctrica, 97% con agua entubada a la red pública, 96.5% con drenaje y 93% con los servicios básicos (XIII Censo General de Población y Vivienda, 2010. INEGI).

1.4.4. Alumbrado público

En el año 2002 se crea el Fideicomiso para el Alumbrado Público como organismo desconcentrado del municipio, con el propósito de administrar y operar el servicio de alumbrado público de Hermosillo. Actualmente se están sustituyendo los

dispositivos de alumbrado por otros con menores requerimientos de energía eléctrica que permitirá en corto plazo que el servicio sea autosustentable (Implan Hermosillo 2012-2015).

En cuanto a la cobertura, el servicio es total en las zonas regularizadas, evaluándose eficiente aceptable, pero en el área rural oriente (La Victoria y San Pedro) requieren de espacios iluminados que propicien un ambiente seguro para los habitantes, mientras que en la zona rural poniente (Bahía de Kino) se tiene una cobertura de alumbrado arriba del 80%, los espacios carentes del servicio son los fraccionamientos campestres y predios con problemas de tenencia de la tierra (Plan Municipal de Desarrollo 2013-2015).

1.4.5. Alcantarillado

El sistema de red de alcantarillado sanitario de la ciudad de Hermosillo tiene una cobertura de servicio del 95%, el cual está constituido por 1,721 kilómetros de atarjeas donde se reciben las descargas y 427.2 kilómetros de subcolectores y colectores que conducen el agua residual al emisor general que tiene una longitud de 8.021 kilómetros (Plan Municipal de Desarrollo 2013-2015).

Por otra parte, se encuentra en construcción una planta de tratamiento de aguas residuales municipal para enviarse a los canales de riego, así como plantas de tratamiento de menor capacidad ubicadas estratégicamente en la ciudad para dar riego a áreas verdes de parques y jardines (Implan Hermosillo 2012-2015).

1.4.6. Vías de comunicación

El municipio de Hermosillo cuenta con 2,961 kilómetros de carreteras y caminos; de los cuales 840 kilómetros son de carreteras pavimentadas, 2,121 kilómetros de caminos vecinales. Entre las carreteras pavimentadas podemos mencionar la Federal 15 que es el eje integrador del desarrollo regional y une a las ciudades importantes del estado con los principales centros productivos y comerciales de México y Estados Unidos; así también se tiene la carretera 100 oeste que conduce a la Costa de Hermosillo y Bahía de Kino; la carretera 16 sureste que te lleva al Poblado de La Colorada y con el estado de Chihuahua; la carretera 15 que entronca con la carretera Federal 14 que comunica a los municipios del Río Sonora y de la zona serrana. Por otra parte, el municipio cuenta con 120 kilómetros de vías férreas y con el Aeropuerto Internacional "General Ignacio Pesqueira", ubicado a 9 kilómetros de la capital del Estado (Implan Hermosillo 2012-2015).

1.4.7. Salud pública

En la ciudad capital se encuentran establecido los siguientes servicios de salud: Hospital General del Estado, Hospital Infantil del Estado, Hospital de la Mujer, Hospital Oncológico del Estado de Sonora y siete hospitales privados; además

cuenta con siete centros de salud públicos como el Instituto Mexicano del Seguro Social con distintas especialidades, cinco clínicas de Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado de Sonora, cuatro hospitales del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, cuatro unidades de Cruz Roja, un Hospital Militar y dos hospitales psiquiátricos, así como de algunos centros de desarrollo comunitario que son manejados por el Sistema DIF o por la Dirección General de Desarrollo Social, donde todos ellos fomentan la educación de la prevención de enfermedades a través de la implementación de distintos programas creados para este fin como: Fortaleciendo tu salud, Mujer saludable, Mirando por tu salud, Tu salud responsable, Tu futuro saludable, Solventando tu salud, Defendiendo tu salud, Prevención para tu salud, Acercando tu salud y Salud animal, entre otros (Implan Hermosillo 2012-2015).

1.4.8. Sistema de transporte

El servicio de transporte público de la ciudad de Hermosillo está a cargo del Gobierno del Estado, bajo el esquema del Programa SICTUHSA, el cual cuenta con una base de datos de estudiantes y personas de la tercera edad, quienes tienen derecho a descuentos a través del sistema de prepago. Cuenta con 19 líneas de transporte que ofrece el servicio a los diferentes sectores, concentrándose la mayoría en el área centro, por lo que demanda urgentemente un proyecto de mejora, ya que el servicio es deficiente y sus horarios limitados, excluyendo a gran parte de la población de disfrutar de los diferentes atractivos que ofrece la ciudad durante la noche (Implan Hermosillo 2012-2015).

1.4.9. Seguridad

La corporación de seguridad pública de la ciudad de Hermosillo está conformada por 1,086 elementos operativos distribuidos en 295 para tránsito municipal. Con respecto al inventario de unidades vehiculares, motocicletas, armamento, uniformes, aparatos de radiocomunicación, entre otros, éste nunca es suficiente para atender adecuadamente la demanda de la sociedad, sin dejar a un lado la profesionalización del servicio, los estímulos a su desempeño y seguridad social (Plan de Desarrollo Municipal 2013-2015).

1.4.10. Educación

La población de Hermosillo cuenta con una variada oferta educativa que va desde preescolar hasta universidad. En el ciclo escolar 2010-2011 la infraestructura la integraba 56 escuelas de educación inicial, 82 de educación especial, 325 escuelas de preescolar, 376 primarias, 118 secundarias, 48 de capacitación para el trabajo, 4 de educación artística, 19 de profesional medio, 85 bachilleratos, 16 universitarias y tecnológicas y, 17 instituciones de educación superior que ofrecen 189 licenciaturas y 37 ingenierías, 24 carreras técnicas que forman una fuerza laboral abundante y con los más altos estándares de calidad y competencia (Implan Hermosillo 2012-2015).

El 50% de los profesionistas y técnicos del estado egresan de las universidades de Hermosillo, en gran medida de las áreas de ciencias sociales y administrativas; de los 4,924 alumnos egresados de educación superior, 2,068 corresponden a las áreas antes mencionadas, mientras que el área de ciencias agropecuarias solamente cuenta con 27 egresados en el ciclo escolar 2010-2011 (Implan Hermosillo 2012-2015).

1.4.11. Obras urbanas

En el aspecto de obras urbanas, la ciudad de Hermosillo cuenta con áreas verdes, jardines en colonias, plazas y parques, entre las que destacan las plazas: Zaragoza, Hidalgo, Bicentenario, Alonso Vidal, 16 de Septiembre, entre otras; así también con los parques: Madero, Infantil y La Sauceda; sin embargo existen colonias en diferentes zonas de la ciudad que no tienen acceso a este tipo de equipamientos. Así también, la ciudad cuenta con 6 cines con un total de 60 salas; tres espacios utilizables para la instalación de circos; lugares utilizados para exposiciones como el corredor Hidalgo, la Plaza Javier Bernal, la Plaza Zaragoza, el Centro de las Artes y el Gimnasio de la Universidad de Sonora, los terrenos de la Asociación Ganadera, el Centro de Usos Múltiples y su explanada, La Sauceda, como La Cascada y Expo Forum (Implan Hermosillo 2012-2015).

1.5. Actividades económicas

Se le conoce como actividad económica al proceso en el cual obtenemos productos, bienes y servicios para cubrir nuestras necesidades y, las actividades económicas son aquellas que permiten la generación de la riqueza dentro de una comunidad ya sea ciudad, región o país (LIDON, 1998).

En el municipio de Hermosillo, la población mayor de 14 años y más, según INEGI (2012) consultado en el Plan de Desarrollo Municipal (2013-2015) es de 580 mil 710 personas, lo que representa el 28% de la población estatal en este rubro, de los cuales el 62% corresponde a la población económicamente activa. Asimismo, como se observa en la distribución de los rubros del cuadro 3, la tasa de ocupación es alta correspondiendo al 94.5%, lo que representa el 28.3% de la población ocupada en el Estado.

Cuadro No. 3
Hermosillo: Ocupación y Empleo 2012

Indicadores de Ocupación y Empleo	Total	%	Hermosillo % Estatal
Población de 14 años y más	580,710	100	28.0
Población económicamente activa (PEA)	360,396	62	28.4
Ocupada	340,574	94.5	28.3
Desocupada	19,822	5.5	28.7
Población no económicamente Activa (PNEA)	220,314	37.9	27.5

Fuente: .Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. II Trimestre 2012, Área Metropolitana ciudad Hermosillo, ENOE.

Además señala que los sectores de la actividad económica de la población ocupada en la ciudad de Hermosillo son el sector primario: agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y caza, con un porcentaje de población del 1.2%; el sector secundario: industria extractiva y de la electricidad, industrias manufactureras y de construcción con el 26.7%, y el de sector terciario y/o servicios: comercio (21%), restaurantes y servicios de alojamiento (5.9%), transportes, comunicaciones, correo y almacenamiento (3.6%), servicios profesionales, financieros y corporativos (10.7%), servicios sociales (9.4%), servicios diversos (13.5%) y, gobierno y organismos internacionales (6.3%), indicando el porcentaje más alto del 71.4% de la población ocupada, lo cual advierte que la actividad principal del municipio corresponde al sector de servicios.

2. Identificación y análisis del potencial de los recursos y servicios turísticos.

La oferta turística de Hermosillo y su zona de influencia está conformadas por una diversidad de recursos naturales y culturales, entre ellos se encuentran los monumentos históricos, sitios arqueológicos, museos, festivales, eventos deportivos, gastronomía, centros de ocio, diversión y playas.

2.1. Oferta disponible para turismo de sol y playa

Los recursos para el turismo de sol y playa constituyen un potencial para diversificar su oferta, Hermosillo cuenta con un litoral de 60 kilómetros de playa que abarca desde Punta Chueca hasta Punta San Nicolás y con acceso a las 898 islas en el Golfo de California. A la riqueza de flora y fauna marina y terrestre de las islas se le agrega el alto número de endemismos lo que motivó la protección con la categoría de “Área de Protección de Flora y Fauna Islas del Golfo de California”, según acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación a partir del 7 de junio del 2000 (SEMARNAT, 2000). Estos recursos son demandados por quienes gustan del ecoturismo, el ictioturismo y la observación de aves.

Las playas se localizan a 107 kilómetros de la ciudad, éstas se caracterizan por ser planas y de arena blanca. En el litoral se ubican la bahías Punta Chueca, Bahía Esthela, Bahía de Kino Viejo, Punto Kino y Bahía de San Nicolás, además cuenta con las islas: Patos, San Esteban, Alcatraz (también conocida como Pelicanos) y la del Tiburón. En esta última se localiza la bahía Agua Dulce que es un regular fondeadero con una profundidad promedio de 9 a 11 metros (SEMARNAT, 2000).

Con relación a la flora de la región y de acuerdo a datos de la SEMARNAT, en las islas del golfo se han identificado 655 especies de plantas de las cuales 28 especies y subespecies son endémicas y, 13 especies sujetas a protección especial. Del total de éstas, 298 tienen presencia en la isla del Tiburón y 117 en la isla San Esteban por mencionar algunas: el palo verde, copal, lomboy, nopal, cardón, huizapol, palo fierro, torote, gobernadora, jobjoba, sauce del desierto, la escobetilla y los manglares.

La fauna terrestre que tiene presencia en la costa y las islas está compuesta por invertebrados, reptiles, mamíferos y aves terrestres (rapaces y migratorias), algunas especies son las siguientes: Lagartijas, serpientes, tortugas, liebres, coyotes, venado bura, cuervo, paloma huilota, matraca del desierto, halcón cola roja, águila pescadora, halcón peregrino y águila rojinegra, entre otras.

La fauna marina en la zona costera y la zona pelágica de las islas incluye invertebrados marinos, peces, reptiles, aves y mamíferos, algunos ejemplo de ello son: Cangrejo topo, cangrejo fantasma, almejas, caracol, galletas de mar, esponjas, crustáceos, calamares, medusas, curvinas, mojarras, damiselas de cortes, pez sargento, peces castañuelas, pez escorpión, gobio pantera, las tortugas prieta, javalina y carey, serpiente marina de vientre amarillo, bobos cafés, bobos patas azules, pelicano pardo, cormorán orejudo, paiño negro, garza morena, martín pescador, lobos marinos, delfín y ballena de aleta o rorcual común y muchas especies más (SEMARNAT, 2000).

En ese sentido, podemos señalar que el municipio tiene bastantes recursos naturales para promover el ecoturismo y el turismo de aventura a través de algunas actividades como el buceo, el snorkel, la observación de flora y fauna terrestre, el safari fotográfico, la práctica de senderos interpretativos, los paseos en banana, kayak y moto acuática, la práctica del surf de vela, el ski náutico, el wakeboard, el volibol de playa y el sandboarding.

2.2. Oferta disponible para turismo urbano

Las condiciones geográficas naturales del territorio que ocupa la ciudad, su proceso de ocupación y producción se combinaron para darle las características urbanas que hacen referencia a su historia, cultura y sistema económico, constituyendo así el patrimonio de Hermosillo y un recurso urbano susceptible de aprovechamiento turístico.

Algunos elementos que atraen a los visitantes a las ciudades son los parques y jardines, sus museos, el patrimonio arquitectónico, los espacios deportivos y de

compras, así como la realización de todo tipo de eventos programados. En el caso de Hermosillo, la oferta para la práctica del turismo urbano es la siguiente:

- Los parques públicos o plazas son espacios que congregan, en un ambiente de convivencia y cordialidad a la población local y visitantes que en fechas especiales son utilizados para manifestaciones culturales de diversa índole, tales como: Plaza Alonso Vidal, Plaza Zaragoza, Plaza Bicentenario, Plaza de Los Tres Pueblos, Plaza Hidalgo, Parque Madero y Parque Jardín Juárez,
- Los museos son un recurso de interés para los turistas; la ciudad de Hermosillo cuenta con el Museo Regional de la Universidad de Sonora, Museo de Culturas Populares e Indígenas de Sonora, Museo del Instituto Nacional de Antropología e Historia, Museo de Los Seris en Bahía de Kino, Museo de Arte de Sonora y La Burbuja, Museo del Niño. Todos ellos albergan y exhiben documentos, instrumentos y restos arqueológicos, entre otros objetos que exponen aspectos relacionados con la cultura regional.
- El patrimonio arquitectónico lo constituye principalmente los monumentos históricos y sus edificios con valor cultural, de acuerdo a información proporcionada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia en Hermosillo se cuenta con un inventario de 545 inmuebles catalogados y localizados en su mayoría en el casco de la ciudad, destacando el edificio del Palacio de Gobierno, las instalaciones del Instituto Sonorense de Cultura, el Colegio de Sonora, el edificio de Radio Sonora, el Colegio de Notarios, las instalaciones del Cuartel Catorce, el Centro Cultural “Sociedad de Artesanos”, la Sociedad Sonorense de Historia, el Museo de Culturas Populares y el edificio del Instituto Nacional de Antropología e Historia, entre otros (Implan Hermosillo 2012-2015).
- Con respecto a la oferta cultural, destacan las Fiestas del Pitic que se celebran en el mes de mayo y que en la pasada edición 2013 congregó un total de 280 mil visitantes y residentes en los diferentes espacios donde se desarrolló, los asistentes disfrutaron de eventos musicales, teatro, expositores de talla nacional e internacional, así como de la gastronomía, artesanía y danzas típicas de la región; además cabe mencionar que durante todo el año se puede disfrutar la ruta del Pitic, que a bordo del trolebús o turibus, según sea el caso, recorre la zona de monumentos históricos con el fin de que los visitantes y residentes conozcan la historia de la ciudad (Imcatur, 2013).

Otros eventos de relevancia en la ciudad son el Festival del Jazz y la Cerveza, celebrándose su quinta edición en el mes de octubre del 2013 en el teatro al aire libre de La Sauceda, acontecimiento en el cual la oferta principal es la degustación de varios tipos de cervezas y presentaciones musicales.

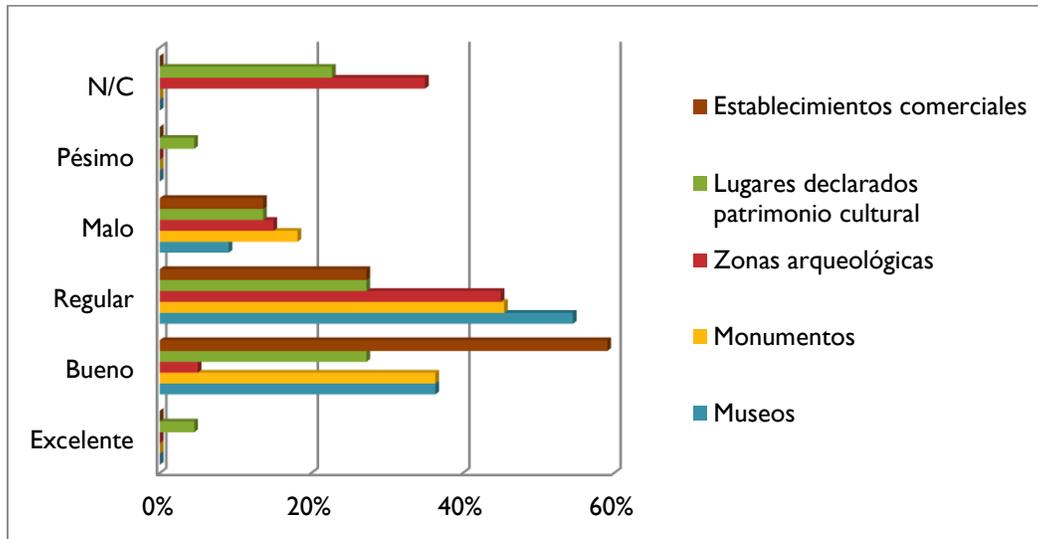
Por otra parte, la Expo-Ganadera ha tenido presencia durante 30 años y sigue reuniendo al gremio ganadero, a la comunidad del estado y el extranjero, quienes tienen la oportunidad de apreciar los adelantos científicos, tecnológicos y comerciales, además de disfrutar del teatro del pueblo, los bailes, los juegos infantiles y el palenque, además de las actividades de jaripeo y rodeo. El evento se realiza a finales del mes de abril y principios de mayo.

Durante el mes de septiembre se lleva a cabo “Un Desierto para la Danza” es un festival internacional que organiza el Instituto Sonorense de Cultura, con la participación de bailarines, coreógrafos y maestros de talla nacional e internacional. Durante el evento se imparten talleres, conferencias y muestras escénicas de danza contemporánea. También se le suma el festival fotográfico titulado “Fotoseptiembre”, que tiene como finalidad fomentar la cultura fotográfica y mostrar la creatividad de los fotógrafos profesionales, aficionados y estudiantes a través de exposiciones.

- Espacios deportivos.- La ciudad capital tiene infraestructura deportiva para la celebración de eventos de talla nacional e internacional como fue la realización de la pasada Serie del Caribe 2013, que reunió a deportistas, visitantes y residentes. Entre la infraestructura instalada se cuenta con los estadios de béisbol “Héctor Espino” y “Estadio Sonora”; el Centro de Usos Múltiples donde se realizan peleas de box y presentaciones artísticas; el estadio de fútbol “Héroes de Nacoziari”; el campo de golf Club Los Lagos; el Gimnasio del Estado de Sonora y el de “Ana Gabriela Guevara” para quienes gustan del basquetbol. Para los aficionados del boliche existen dos opciones, Bol Satélite y Bol 300; además se cuenta con el Hipódromo de Hermosillo, espacio que se utiliza para la realización de carreras de caballos o de autos.
- La oferta de turismo de compras en la ciudad está integrada principalmente por: Plaza Dila, Pabellón Reforma, City Center Pitic, Plaza Girasol, Plaza Sendero, Plaza Galerías Mall y Plaza El Sahuaro. Se suma a esta lista las tiendas departamentales de Sears, Elektra, Sanborn’s, Coppel, Liverpool y Famsa, así como los clubs de descuento de Sam’s, Costco y City Club entre otros, todos ellos con productos nacionales y de importación, sin dejar de lado el tradicional centro comercial de la ciudad de Hermosillo.

Con la intención de conocer el servicio que ofrece este tipo de recursos se aplicó una encuesta a agentes estratégicos del sector, los resultados obtenidos se aprecian en la gráfica siguiente.

Gráfica No. 1
Hermosillo: Calificación de los servicios del destino 2013



Fuente: Elaboración propia (2013).

Los museos con un porcentaje del 38% alcanzan una calificación de servicio bueno, mientras el 57% lo coloca con un servicio regular y un 10% le da la categoría de mal servicio. Es decir que el servicio regular y malo alcanza un total de 67%. Por otra parte, los monumentos suman su mayor porcentaje entre regular y bueno con un 42% y un 38%, respectivamente.

Cabe destacar que como resultado de la encuesta aplicada a los líderes del sector turístico, evaluaron en un 59% al turismo de compras con buen servicio y con un 23% como regular.

2.3. Oferta disponible para turismo de reuniones

La oferta que dispone el destino para llevar a cabo el turismo de reuniones es la siguiente:

Cuadro No. 4
Hermosillo: Salones para eventos 2012

Nombre	Capacidad/Personas
Hotel Araiza	Hasta 600
Hotel Colonial	Hasta 300
Hotel Gándara	Hasta 300
Hotel Fiesta Inn	Hasta 150
Hotel Holiday Inn	Hasta 450
Hotel Plaza Las Quintas	Hasta 150
La Cascada	Hasta 1800
Expo Forum	Mas 8000

Akustics Poliforum	Hasta	1500
La Alameda	Hasta	400
Eventos Barrocán	Hasta	400
Los Lagos	Hasta	2500
Casa del Carmen	Hasta	200
Abako Eventos	Hasta	300
El Partenón	Hasta	1000

Fuente: *Guía Oficial para Visitantes y Residentes (2012).*

Los recintos Expo Forum y La Cascada son los más solicitados para la realización de congresos, convenciones, ferias, exposiciones, presentaciones artísticas, bailes y fiestas de graduación, entre otros. Sus instalaciones y servicio son excelentes, los espacios son divisibles con mamparas móviles que permiten adecuarse a las necesidades del cliente.

Identificación de problemáticas de los recursos y servicios turísticos

- Falta de valorización como atractivos, la riqueza natural de la zona y otros recursos culturales que tienen potencial para proveer más productos y con ello diversificar la oferta turística de la ciudad.
- Carecen los recursos naturales de programas detonadores de desarrollo turístico sustentable.
- Ausencia de programas que impulsen productos turísticos innovadores.
- Falta de rutas o circuitos turísticos en el destino.

3. Evaluación cualitativa y cuantitativa de la oferta de hospedaje del destino.

3.1. Oferta de hospedaje en Hermosillo

La oferta de hospedaje en Hermosillo la constituye de acuerdo a la Comisión de Fomento Económico del Municipio de Hermosillo un total de 49 establecimientos, entre hoteles y moteles con categoría de 2 a 5 estrellas y un Business Class de acuerdo a cifras del INEGI (2010). Sin embargo, la Asociación de Hoteles y Moteles de la ciudad y la Oficina de Convenciones y Visitantes (OCV, 2012), tiene registrados 37 hoteles y 15 moteles dando un total de 52 establecimientos que suman 4,181 habitaciones. Por su parte, el mapa de Info México (2013), enlista únicamente 27 y los agrupa por zona de ubicación como se aprecia en el cuadro No. 5, donde se identifica que en la zona norte de la ciudad está el mayor número de hoteles.

Cuadro No. 5

Hermosillo: Hoteles por zona de ubicación 2013

Zona Aeropuerto	Zona Norte	Zona Centro	Zona Sur
San Ángel	Econatura	Suites Kino	Plaza Las Quintas
Santiago Plaza	Bugambilias	San Alberto*	San Sebastián
Royal Palace	Fiesta Americana	Ferram	
	Fiesta Inn	City Express	
	Gándara	La Finca	
	Holiday Inn	Lucerna	
	La Siesta	Montecarlo	
	Las Palmas	Colonial	
	Plaza del Sol	San Andrés	
	Premier	Ibis	
	San Martín		
	Araiza Inn		

Fuente: Mapa Info México (2013).

Los servicios que ofrecen los hoteles y moteles de la ciudad varían según la infraestructura de los establecimientos, sin embargo, podemos señalar de manera general que éstos disponen de áreas de estacionamiento, alberca, centro de negocios, restaurantes, cafeterías, salones para eventos, servicios de internet y cable, bares, spa, gimnasio, cancha de tenis, servicio de concierge y habitaciones para personas con capacidades diferentes, entre otros.

Cuadro No. 6

Hermosillo: Moteles por zona de ubicación 2013

Zona Aeropuerto	Zona Norte	Zona Centro	Zona Sur
Motel Búhos	Motel Siglo XXI		Motel Sol y Luna
Motel Caribe	Motel Autoparador		Motel Evas
Motel Helsinki	Motel Aviación		Motel Cid
Motel Marquis	Motel Cid		
Motel Pimalnn	La Siesta		
	Motel Faraón		
	Motel New Concep		

Fuente: Mapa Info México (2013).

En la tabla se aprecia el total de moteles que predominan en la zona aeropuerto y la salida norte de la ciudad, mientras que en el centro no tienen presencia. Esta información muestra las áreas con mayor dinamismo en la prestación de servicios de hospedaje.

Es importante señalar que el Lic. Francisco Javier García Karam, Director de la OCV en Hermosillo, comentó en el grupo focal llevado a cabo con actores estratégicos del sector turístico que prevé para el 2014 un incremento en la oferta de hospedaje con la apertura de 4 hoteles.

Por otra parte, el hospedaje en Bahía de Kino lo constituyen 13 establecimientos entre hoteles, condominios, posadas y bungalos con 288 habitaciones en total; 11 departamentos con 203 habitaciones y 6 Recreational Vehicle (RV); sin embargo a

esta lista no se incorpora la oferta que de manera particular hacen los propietarios de casa habitación, quienes por diferentes medios de comunicación se promocionan (Hermosillo Guía y Estilo, 2012).

Los servicios que se ofrecen varían de acuerdo al establecimiento: alberca, jacuzzi, Internet, agua caliente, cocineta, refrigerador, microondas, aire acondicionado y estacionamiento.

Cuadro No. 7

Bahía Kino: Establecimientos de hospedaje en el 2012

Nombre	Habitaciones/Unidades
Bella Vista	2
Búngalos Cactus	4
Hotel Posada del Mar	46
Islandia Marina Cabañas	12
Departamentos Las Palmas	6
Hotel La Playa	20
Condominio Las Toninas	8
Posada Las Aves	12
Dolphin Hotel	10
Sun City Hotel	10
VB Hotel Bahía de Kino Viejo	16
Departamentos Geko	7
Búngalo Parador Bellavista	2

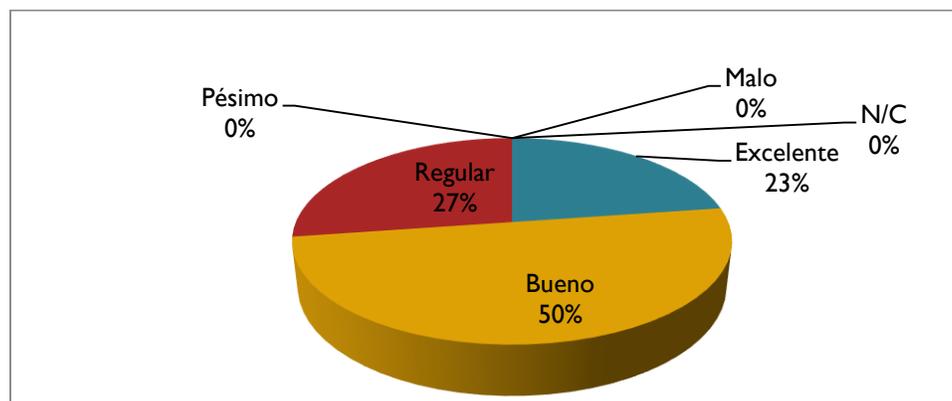
Fuente: *Guía Oficial para Visitantes y Residentes Hermosillo & Bahía Kino (2012).*

3.2. Evaluación del hospedaje en Hermosillo

Con el fin de conocer la percepción de los prestadores de servicio del destino, se aplicó un instrumento que permitió evaluar el servicio de alojamiento, obteniéndose como resultado que un 50% lo considera bueno, un 27% regular y 23% excelente.

Gráfica No. 2

Hermosillo: Calificación del servicios de alojamiento 2013



Fuente: *Elaboración propia (2013).*

De acuerdo a los resultados de la gráfica anterior, el gremio hotelero no tiene problemas; sin embargo el trabajo documental permitió detectar que el destino carece de un inventario integrado de prestadores de servicios de hospedaje; si bien hay registros, son por iniciativa de cada administración sin tener una continuidad.

El trabajo de campo puso en evidencia los problemas de infraestructura que enfrenta el sector en relación con la accesibilidad para personas con capacidades diferentes. Tema abordado por Gómez (2010) en su investigación sobre Turismo Accesible en el sector hotelero en Hermosillo, Sonora, obteniéndose como resultado lo siguiente:

- Respecto a los estacionamientos, los hoteles cuentan con cajones reservados para personas con discapacidad (98%), libres de obstáculos (95%), pero no cuentan con el número necesario de cajones en relación con las habitaciones del hotel, que establecen las recomendaciones de accesibilidad (79%), y tampoco con las dimensiones internacionales establecidas (84%).
- En el lobby, no se encuentra un plano de las instalaciones del hotel (46%) y el vestíbulo no cuenta con un sistema de video/Tv o un sistema de información visual (56%).
- En los elevadores se identificó que los botones de mando o números de los pisos, no se encuentran en braille o en relieve (50%) y los botones de alarma no se encuentran marcados (43%).
- En recepción, la información no está en formato braille para quien lo solicite (33%), no cuentan con un intérprete de lenguaje de signos para personas con discapacidad auditiva (34%), ni el mostrador con las facilidades necesarias para ser utilizado por personas de talla pequeña y en silla de ruedas (43%).
- En las habitaciones y sanitarios, se identificó que la señalización no se encuentra en braille (34%), la televisión no tiene teletexto (50%), los apagadores no tienen un piloto luminoso para localizarlos en la oscuridad (37%) y no cuenta con timbre o avisador de emergencia (29%).

Otro aspecto que evaluaron los agentes estratégicos del sector turístico fueron las altas tarifas de los hoteles en Hermosillo y San Carlos, relacionándolo con los costos de un destino como París; acentuando que la capital de Hermosillo no tiene una imagen internacional y que el gremio debe ser más consiente; además mencionaron que los hoteleros principalmente de San Carlos se quejan por la falta de movimiento, pero venden a 180 dólares la noche, mientras el Fiesta Americana de Hermosillo la ofrece a 120 dólares.

Por otra parte, según Aguirre (2009) la hotelería hermosillense ofrece servicio de hospedaje, alimentos y bebidas y, actividades relacionadas con eventos especiales como: congresos, convenciones, cursos, talleres y exposiciones por lo que han incrementado los índices de contaminación ambiental, debido al consumo de energía durante la prestación del servicio por la utilización de calefacción, aire acondicionado, además el uso de productos de limpieza, aunado los residuos de los diferentes departamentos que la componen como restaurantes, habitaciones y oficinas administrativas; donde plantea los temas de desarrollo sostenible, turismo sostenible y gestión hotelera como un tema necesario con el fin de implementar acciones tendientes a mejoramiento del ambiente y con ello la imagen de la empresa.

Asimismo menciona, el impacto de los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas de la ciudad de Hermosillo no ha sido medido ni analizado de acuerdo a las guías de buenas prácticas ambientales que operan a nivel internacional.

4. Especificación de la oferta complementaria.

La oferta complementaria juega un papel importante en la dinámica del turismo, la alimentación, el transporte y otros intermediarios integran el sistema que permite brindar al turista una buena experiencia, de ahí su análisis a partir de la información que se muestra a continuación:

4.1. Oferta gastronómica

La oferta gastronómica del destino es amplia y diversa, pero lo que realmente la distingue es la tradicional carne asada sonorense. Actualmente en la ciudad podemos encontrar 68 restaurantes para satisfacer los gustos de todo tipo de comensal, como se describe a continuación (Hermosillo Guía y Estilo, 2012):

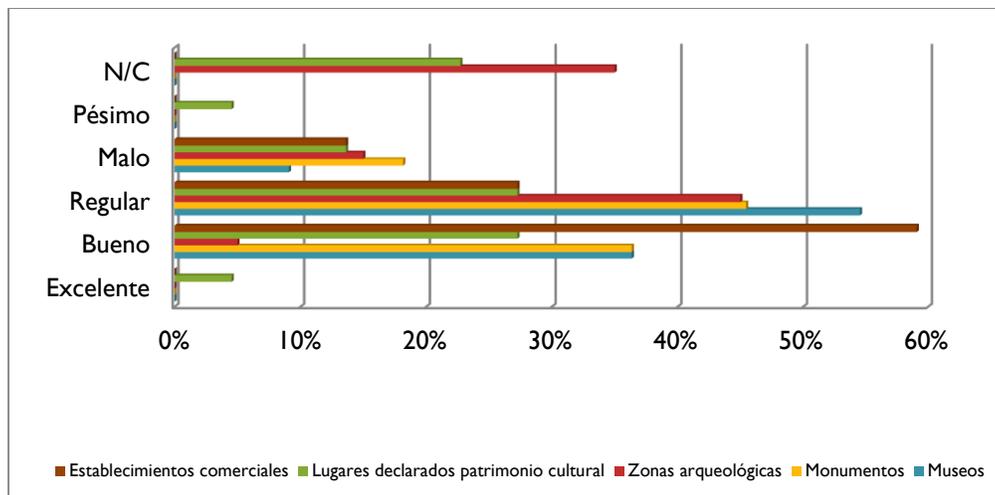
- En la categoría de comida internacional y variada suman 21 restaurantes de los que destacan: Antojería del Centro, SwisHaus, Chili's, Applebee's, IHOP, Machaca's, El Malecón, El Marcos, Orange Mill, BBQ, Mediterráneo, Stromboli, Trattoria, UniversitySports Bar y Comicx, entre otros.
- En la categoría sonorense y carnes la integran 16 restaurantes, algunos de ellos son: Está..Cabral, Steaks del Herradero, La Hacienda Sonorense, Mochomos, El Rincón SteakHouse, Palominos, El Dorado, La Casa Grande, Xochimilco, Sonora Steak, Las Chulas, Mariachísimo, Tacos Jass y La Siesta Steaks.
- En la categoría de oriental y mariscos se encuentran registrados 16, destacando los siguientes: El Pargo Express, Sushi ToGo, Sam Camarón, Kanpai Sushi-Bar, El Farallón, El Corral, El Poseidón, Los Arcos, El Pescadito, Los Arbolitos de Cajeme, Fook Lam Moon, Johnny Sailor y Que Rollo Sushi Bar.

- En la categoría de comidas rápidas la constituyen 6 establecimientos como: Burger King, Carl's Jr, Dominos's Pizza, Mc Donald's, Papa John's Pizza y Peter Piper Pizza.
- Los hoteles también brindan el servicio de alimentos y bebidas a través de la oferta de buffets, a continuación se enlistan los 9 establecimientos que lo ofrecen: La Fiesta Inn, Premier, Fiesta Americana, San Ángel, Holiday Inn, San Martín, Santiago Plaza, Ibis y Plaza Las Quintas. Además es importante señalar que existen opciones de restaurantes vegetarianos y oferta de cocina económica.

A la oferta de Hermosillo se suman los 5 restaurantes de Bahía Kino, los cuales son: El Pargo Rojo, Jorge's Restaurant, La Palapa, Restaurant Marlín y Mariscos La Gaviota. La especialidad de la mayoría son los mariscos, aunque también se ofrecen otros platillos como hamburguesas, carnes, aves y ensaladas.

Por su parte, los prestadores de servicios turísticos evaluaron el servicio que ofrecen los restaurantes de Hermosillo, calificando con un 68.2% como bueno, un 13.6% excelente y un 9.1% como regular y malo, respectivamente.

Gráfica No. 3
Hermosillo: Calificación de los servicios del destino 2013



Fuente: Elaboración propia (2013)

Identificación de problemáticas en los restaurantes

Los líderes de opinión expresaron en el grupo focal, que las principales problemáticas que afectan el desempeño de los restaurantes son la regulación, tal es el caso de la informalidad de los establecimientos, que de acuerdo a la base de datos proporcionada por el Seguro Social tiene 670 restaurantes registrados como formales, mientras el INEGI (2010) reporta 2,600 establecimientos de alimentos en

Hermosillo, lo que pone de manifiesto la situación que guarda el sector, ajena a la realidad de los establecimientos.

Otra problemática señalada es la falta de capacitación acorde a las necesidades del sector.

4.2. Agencias de viaje receptoras

La Asociación de Agencias de Viaje en Hermosillo (2014) reconoce actualmente 18 agencias que promueven todo tipo de servicios para el turismo nacional y extranjero; por su parte INEGI (2010) consultado en el Plan Municipal de Desarrollo (2013-2015) registra 52 Agencias de Viaje, mientras que la Comisión de Fomento Económico del Municipio de Hermosillo (2012) reporta 30 empresas del ramo, mismas que se enlistan a continuación.

Cuadro No. 8
Hermosillo: Agencias de Viaje registradas en la
Comisión de Fomento Económico del Municipio 2014

Agencias de Viajes	
1	Agencia de Viajes Álamo, S.A. de C.V.
2	Agencia de Viajes Kino, S.A
3	Agencia de Viajes Munditours
4	Agencia de Viajes Felgueres
5	Agencia de Viajesgeotours
6	Agencia de Viajes Kino Travel
7	Agencia de Viajes Servitur De Hermosillo
8	Agencia de Viajes Sherezada
9	Agencia de Viajes Yarell
10	Agencia de Viajes Travesías Mundiales
11	Agencia de Viajes Turismo Palo Verde, S.A. de C.V.
12	Agencia de Viajes Travel Time
13	Travesías de Anza, S.A.
14	Travesías del Sol
15	Travesías La Paloma
16	Turismo Sendetur
17	Turissste Sistema de Agencias Turísticas
18	Turística Guayher, S.A. de C.V.
19	Viajes Elizma
20	Viajes Kenya, S.A. de C.V.
21	Viajes Mercurio
22	Viajes Monarca de Hermosillo, S.A. de C.V
23	Viajes Saeta, S.A. de C.V. Travel Agency
24	Viajes Sonotour, S.A. de C.V:
25	Viajes Tutuli, S.A. de C.V.
26	Consultores Expertos en Viajes, S.A. de C.V.
27	Descubre Phoenix
28	Desierto Travel, S.A.
29	Ez Travel Servicios de Viaje
30	Sonora Tour International

Fuente: *Elaboración propia (2014).*

Los servicios que ofrecen las agencias de viaje incluyen transportación aérea, terrestre y de cruceros, así mismo el de hospedaje y restauración, reservación para eventos, atención y manejo de grupos, convenciones de trabajo, viajes especiales y paquetes para luna de miel, como también el seguro de vida, trámite de visa y administración de kilometraje para los viajeros frecuentes.

Como el sector hotelero, las agencias de viaje padecen de la misma problemática, la sobre regulación y la informalidad, donde personas y escuelas promueven viajes sin contar con un registro y sin pagar impuestos, lesionando con ello al sector formal.

4.3. Oficinas de información

Los servicios de información al turista se proporcionan a través de las oficinas de la Comisión de Fomento al Turismo del Estado de Sonora, del Instituto Municipal de Cultura, Arte y Turismo (IMCATUR), de la Oficina de Convenciones y Visitantes, así como en los módulos de información de INFO MÉXICO, localizados en el aeropuerto, central de autobuses, caseta de cobro de la carretera cuatro carriles y el ubicado en el Boulevard Hidalgo; asimismo, las agencias de viaje y algunos hoteles son centros de distribución de información turística de la ciudad.

4.4. Guías turísticos

La ciudad del destino no cuenta con guías turísticos certificados por la Secretaría de Turismo, de acuerdo a información obtenida de IMCATUR, solamente se han ofrecido capacitaciones para formar anfitriones turísticos. Actualmente en un esfuerzo de colaboración entre el Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo (CIAD), la Universidad Estatal de Sonora (UES) e IMCATUR se diseñó y se imparte el Diplomado sobre Formación de Guías Locales.

4.5. Empresas de servicios de turismo especializado

La única oferta detectada en el servicio de turismo especializado es el ecoturismo y turismo de aventura. La empresa Nauchi Tour y Eco Rides ofrecen en las playas de San Nicolás y El Colorado la práctica de sandboard y el rappel a expertos y novatos; el servicio incluye traslado, equipo y bebidas.

La oferta de actividades de ecoturismo las ofrece la empresa Ecoturismo del Noroeste a través de su página Web EXPLORE SONORA en la dirección, <http://www.explore-sonora.com/experiences/ecoturism/ecoturismodelnoroeste.html>.

4.6. Servicios de transporte turístico

Con relación a la flota vehicular del servicio público federal de autotransporte de turismo según modalidad, el anuario estadístico de INEGI (1995-2011) muestra que en el 1995 había un total de 6,137 unidades, de las cuales 433 correspondían a

servicio turístico de lujo, 1,445 turístico y 3,387 a excursión. Las cifras al 2011 se incrementan considerablemente, el total de unidades alcanza 39,093, dividiéndose a 10,515 al servicio turístico de lujo, 3,605 turístico y 23,291 a excursión. Lo que nos indica que la demanda de transporte turístico terrestre ha venido incrementándose en el país.

En Hermosillo este servicio se brinda a través de autobuses y minibuses de las siguientes once empresas: Transporte Especial de Pasaje, Transporte EconoTours, Autotransportes 7K S.A. de C.V., Transportación Turística Arce, S.A. de C.V., Autobuses ETS, Grosval Autotransporte, Turismo Martínez, Transportes Grijalva, Servicio de Transportación Turística TL, Autobuses Avilés, ETN Turistar (Sección Amarilla, 190-195).

4.7. Servicio de arrendadoras

El servicio de arrendamiento se ubica en diferentes puntos de la ciudad y al interior del Aeropuerto Internacional Ignacio Pesqueira, entre ellas se encuentran: National Renta a Car, Budget, Avis México, Car Rental.

Cuadro No. 9

Hermosillo: Arrendadoras registradas en la
Comisión de Fomento Económico del Municipio 2009

Fuente: Comisión de Fomento Económico del Municipio de Hermosillo (2009).

4.8. Artesanías

Las artesanías son una manifestación de la cultura local y un recurso económico para la población que las elabora. En los destinos turísticos resultan un atractivo y en ese sentido Hermosillo no es la excepción. En la ciudad las artesanías provienen principalmente del grupo étnico los Seris, quienes utilizan conchas, caracoles, huesos y escamas de pescado para elaborar collares, anillos, aretes y pulseras. Otro recurso para ellos es el torote, planta silvestre a la que recurren las mujeres para procesar y utilizar en la elaboración de cestas tejidas (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, 2012).

Tradicionalmente los Seris tallaban figuras de flora y fauna del desierto utilizando como materia prima el árbol de palo fierro, pero en virtud de su explotación por otros grupos de población la especie paso al estatus de conservación. Esta situación motivó a que los Seris optaran por labrar figuras en piedra, incorporándolas así a su oferta artesanal. Las artesanías se pueden adquirir en la Plaza Bicentenario directamente con los artesanos o en las instalaciones de la Institución de Asistencia Privada (Litisuc) en la misma plaza. (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, 2012).

Es importante señalar que la oferta artesanal en la ciudad se ha incrementado, debido a que han migrado a la capital, pequeños grupos de poblaciones indígenas

(yaquis, triquis, muzgos, entre otros.) que también ofrecen sus artesanías en plazas, parques y calles de la ciudad.

4.9. Ocio y diversión nocturna

No.	Arrendadoras	Dirección	Teléfonos
1	Álamo	Blvd. Jesús García Morales No. 992 Poniente, Col. Cuartel La Manga.	(662) 261 1424 (662) 261 1425 (662) 314 3136
2	Avilés	Del Cedro No. 105 e/Calle del Manzano y Revolución ó Eduardo Lever No. 207, Col. Balderrama.	(662) 210 8744 (662) 214 2816 (662) 284 8485 (662) 284 8486 Nextel 197 1414 62*13*21105
3	Avis	1) Aeropuerto Internacional de Hermosillo. Carretera a Bahía de Kino Km. 9.5. 2) Veracruz No. 67 esq. 14 de Abril, Col. San Benito. 3) Fiesta Americana. Blvd. Kino No. 369.	(662) 261 0700 (662) 218 7870 (662) 215 4483 (662) 215 4793 (662) 259 6002 (662) 215 4793
4	Budget	Garmendia No. 46 esq. Tamaulipas, Col. San Benito. Aeropuerto	(662) 214 3033 (662) 214 3805 (662) 210 1660 (662) 261 0141
5	CCC Renta Car	Monteverde No. 200 e/Alberto Gutiérrez y Eduardo Lever, Col. Balderrama	(662) 285 1589 01 800 504 9048
6	Excel Renta Car	Blvd. Rodríguez No. 135 esq. Tamaulipas, Col. Centro.	(662) 210 1800 (662) 210 1810
7	Fácil Renta Car	Blvd. Rodríguez No. 57 Entre Veracruz y Tamaulipas, Col. Centro.	(662) 210 1800 (662) 210 1810
8	Go Rent a Car-Drive Quality	1) Paseo Río Sonora No. 91 Sur (Vado del Río), Col. Proyecto Río Sonora. 2) Blvd. Eusebio Kino No. 369 (Fiesta Americana), Col Pitic.	044 (662) 103 0254 Nextel 314 2563 72*615871*2
9	Grupo Sersa Auto Rentals	Labradores No. 13, Col. Villa Satélite	(662) 262 0318 Nextel (662) 197 1392 62*14*24086
10	Hertz Avasa	Blvd. Solidaridad No. 116 Int. Entre Ave. Tecnológico y Alberto Gutiérrez, Col. El Sahuaro (estacionamiento de Wal Mart Solidaridad).	01 800 709 5000
11	Hertz Naver	1) Blvd. García Morales No. 341, Col. El Llano. 2) Blvd. Kino No. 297 Local 3-A Entre Carpena y Villareal, Col. Country Club.	(662) 236 0200 (662) 218 5692 (662) 215 0729 (662) 215 0521 Aeropuerto (662) 261 0110
12	Idealease	Periférico Sur No. 91, Col. "Y" Griega.	(662) 250 5860 (662) 250 5864 (662) 250

			5869 01 800 343 735
13	Kariam Renta a Car	Nayarit No 245 esq. Ignacio Romero, Col. San Benito.	(662) 210 1023 (662) 214 6027
14	Lar Rent a Car	Nayarit Final No. 613 esq. Blvd. Luis Encinas, Col. San Benito.	(662) 218 2919 044 (662) 115 0377
15	Movil Rent a Car	Gral. Piña No. 70-A esq. Nayarit	(662) 285 1533
16	Mr. Renta de Autos	José Santiago Healey no. 214-3, Col. San Benito.	(662) 215 5392
17	Seven Rent a Car	Periferico Nte. No. 577 1B, Luis Encinas	(662)322-2363 (662)183-0438 62*10*58097
18	Pitic Rent a Car	Monteverde No. 112, Col. San Benito.	(662) 214 2680 Nextel 72*727060*3
19	Rápido Rent a Car	Calle de las Siembras No. 529 esq. Calle de las Cosechas, Fracc. La Verbena	(662) 220 3800 044 (662) 137 5320 Nextel 306 5808 72*837119*4
20	Thrifty Car Rental	1) Blvd. Luis Encinas No. 37 Local 4, Col. San Benito. 2) Carretera a Bahía de Kino Km. 95, Interior 7 Planta Baja, Col. La Manga (Aeropuerto Internacional de Hermosillo).	(662) 210 5104 (662) 261 0737 044 (662) 279 1729
21	Transporte Especial de Pasaje TEP	Periférico Oriente y 18 de Marzo No. 6-A, Col. El Ranchito.	(662) 214 2253 (662) 214 0860 01 800 543 8879
22	Victory Rent a Car	Luis Encinas Jhonson No.96 , Col. Centro	(662) 212 2060
23	UP'S Transportes Ejecutivos	Cerrada Capuchino No. 38, Col. El Campanario.	(662) 306 9317 (662) 301 2985 044 (662) 111 0255 Nextel (662) 306 9317 72*8*13370
24	W Renta a Car	1) Blvd. Luis Encinas No. 396-A, Col. Valle Verde. 2) Blvd. García Morales S/N, Col. El Llano.	(662) 260 3950 (662) 261 0728
25	Zimmer Rent a Car	1) Blvd. Luis Encinas No. 380 esq. Sahuaripa, Col. Valle Verde. 2) Interior Aeropuerto Internacional Ignacio L. Pesqueira.	(662) 216 8012 (662) 216 8200 (662) 261 0601

La oferta de ocio y diversión nocturna está conformada por una gran cantidad de restaurantes y bares que ofrecen música viva, programada y presentaciones artísticas. A continuación se señalan algunos de acuerdo a la Guía Oficial para Visitantes y Residentes Hermosillo & Bahía de Kino, Guía y Estilo (2012): Cantina El Mil Amores, Sapo'S Restaurant & Bar, Las Korajudaz del Gordo, London Pub, Siete de Copas, Kai, Esta.. Cabral, Prestige, La Trova, La Siesta Bar, La Barra Hidalgo, Lobby Bar del Fiesta Inn, entre otros; así también los casinos representan una opción de ocio y diversión para quienes gustan de los juegos de azar,

destacando: Playcity Casino, Casino Royal y Fortune Casino por mencionar algunos.

Por otra parte, se suman a la oferta de la ciudad, un total de 98 salas de cine de las siguientes empresas: CINEPOLIS, CINEMARK y CINEMEX, según la Comisión de Fomento Económico del municipio de Hermosillo.

5. El Factor humano

El elemento humano en las empresas del sector turismo, es un factor de importancia para la competitividad, ya que los servicios que ofrecen están ligados con sus trabajadores al interactuar con los clientes, al formarse éstos, la percepción o el juicio de valor que se hacen los visitantes del lugar. Por consiguiente, el profesionalismo o el conocimiento técnico que posea, ayuda a brindar un servicio con calidad.

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Municipal, señala que el 50% de los profesionistas y técnicos del estado egresan de las universidades de Hermosillo, lo que ofrece apoyo a los sectores productivos. Del total de los egresados en el periodo escolar 2009-2010 de Educación Superior (4,924), el mayor número se observa en las carreras del área de ciencias sociales y administrativas con 2,068 egresados. Le sigue el área de Ingeniería y Tecnología con 1,676 egresados y en pequeñas proporciones se ubica el área de Ciencias Agropecuarias con 27 alumnos egresados, como se indica a continuación.

Cuadro No. 10
Escolaridad promedio de la ciudad de Hermosillo, 2010-2011

Educación Ciclo Escolar 2010-2011	Hermosillo Número	Hermosillo % %	Hermosillo % de Estatal
Escolaridad promedio en el año 2010 (años de estudio)	10.4	Na	Na
Instituciones de Educación Media Superior	61	Na	22.68
Alumnos Inscritos en Educación Media Superior	30,713	Na	30.85
Egresados de Educación Media Superior	19,039	Na	73.52
Instituciones de Educación Superior	19	Na	30.16
Alumnos inscritos en Educación Superior	40,755	Na	60.56
Egresados de Educación Superior (ciclo 2009-2010)	4,924	100	52.02
Ciencias Agropecuarias	27	0.63	34.18
Ciencias de la Salud	397	4.71	90.43
Ciencias Naturales y Exactas	116	2.63	82.86
Ciencias Sociales y Administrativas	2,068	49.35	45.30

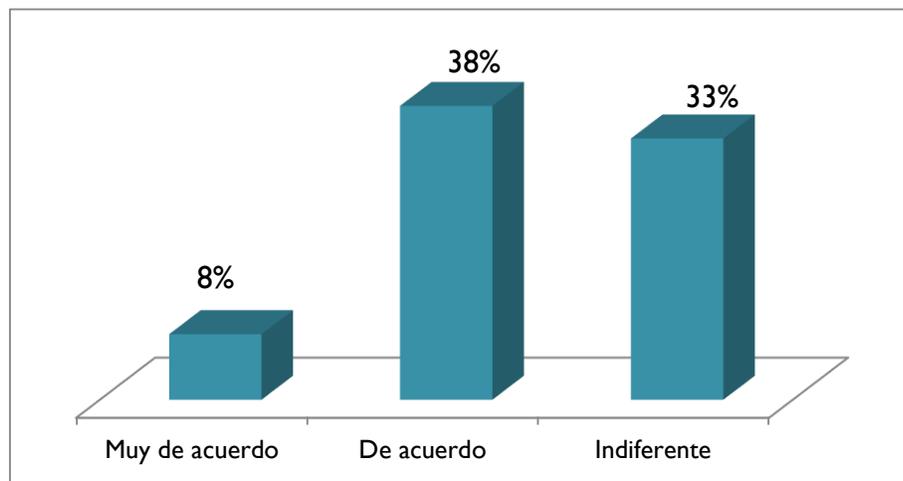
Educación y Humanidades	640	12.98	38.32
Ingeniería y Tecnología	1,676	29.69	65.14

Fuente: INEGI (2010). Gobierno del Estado de Sonora (2010). Anuario Estadístico de Sonora (2011). Secretaría de Educación y Cultura (2009-2010).

La ciudad de Hermosillo cuenta con tres universidades que en su oferta educativa imparten las Licenciaturas en Administración de Empresa Turísticas, dos de ellas son privadas y una estatal, también se tiene tres Instituciones de Educación Media Superior que ofrecen el área de turismo y tres escuelas técnicas especializadas en gastronomía.

Los empresarios del sector perciben en un 46% que la productividad de sus negocios es más alta por efecto de grado de estudio de sus empleados, del cual la opinión se centra en muy de acuerdo y de acuerdo en un 8% y 38%, respectivamente; mientras que el 33% manifestó que es indiferente.

Gráfica No. 4
Productividad de los negocios por efecto del grado de estudios de sus empleados 2013



Fuente: Elaboración propia (2013).

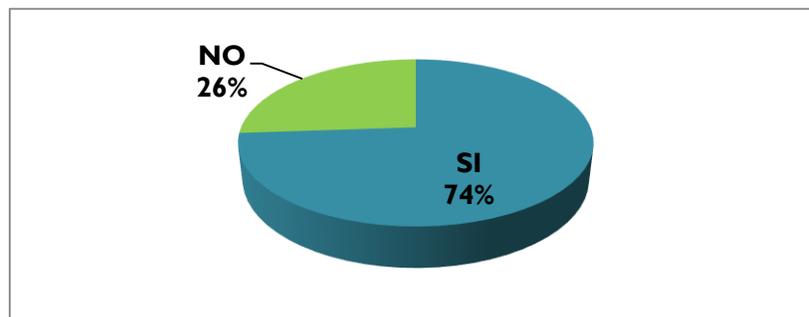
Sin embargo, los agentes involucrados en el sector turístico, manifestaron que en su equipo de trabajo se encuentran laborando egresados de educación media superior y superior con perfil en el área de turismo. Cabe mencionar que Marcela Monserrat Armenta Arias de la Asociación de Hoteles, manifestó que el sector hotelero y restaurantero le están apostando a la profesionalización de sus empleados para que mejore la calidad en la atención al cliente, huésped y comensal.

Por su parte, la Comisión del Fomento al Turismo del Estado de Sonora, la Dirección de Desarrollo Económico del municipio de Hermosillo, IMCATUR y SECTUR ofrecen diferentes capacitaciones como: La apertura de negocios turísticos, Mercadotecnia para Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en el sector turístico

y Sistema Nacional de Capacitación para el Sector Turismo (SNCT), Calidad en el servicio, cultura turística, entre otras.

Al cuestionar a los empresarios del sector, si ofrece capacitación especializada a sus empleados, el 74% indica proporcionar dicha capacitación como: protección civil, higiene de alimentos, manejo de utensilios, atención al cliente, técnicas de ventas y riesgos de contaminación, entre otros.

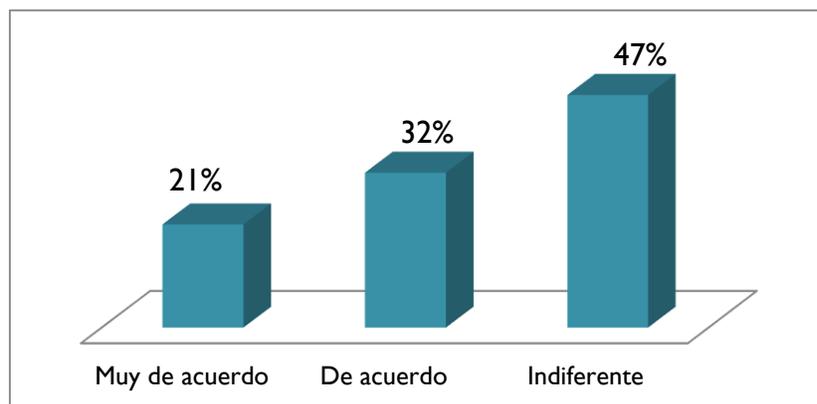
Gráfica No. 5
Capacitación especializada a los empleados 2013



Fuente: Elaboración propia (2013).

Respecto a la pregunta, si su negocio es más productivo por la capacitación recibida en temas turísticos, el 47% señala que le es indiferente, el 32% está de acuerdo y el 21% muy de acuerdo.

Gráfica No. 6
Su negocio es más efectivo por la capacitación recibida 2013



Fuente: Elaboración propia (2013).

Se observa que las empresas ofrecen capacitación a sus empleados en un 74%, sin embargo se muestran indiferentes ante el impacto en la productividad del negocio; se puede inferir que la capacitación no tienen una relación con las

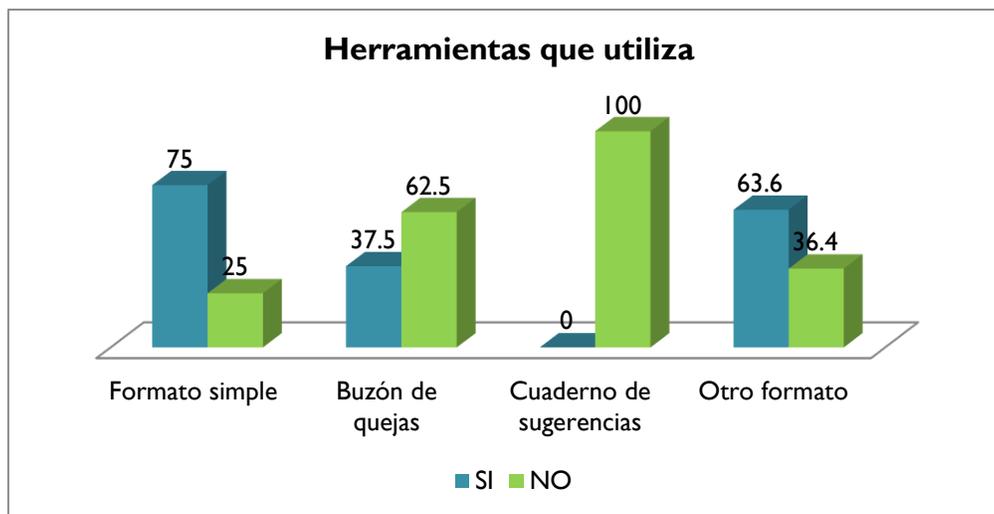
necesidades de la empresa, que la capacitación es como un requisito y no una necesidad, o bien que las empresas no cuentan con instrumentos de medición que les permitan identificar áreas de oportunidades.

Sin embargo, ante la pregunta, tendría propuestas en materia de capacitación para mejorar la competitividad, expusieron las siguientes: ventas, motivación, procedimientos, mejorar servicio al cliente, capacitación en operación, liderazgo, conocimiento de atractivos del estado, calidad humana y empatía con el cliente.

Respecto a la certificación en el “Distintivo M”, el estado de Sonora cuenta con 93 empresas certificadas, de las cuales 41 se encuentran en la ciudad de Hermosillo. En cuanto al “Distintivo H” vigente se tiene a: Vips Hermosillo, Hotel Fiesta Inn Hermosillo - Restaurante Café La Fiesta, Hotel Fiesta Inn Hermosillo - Lobby Bar, Hotel Fiesta Inn Hermosillo - Comedor de Colaboradores, Hospital San José de Hermosillo, Restaurante El Acueducto, Comedor Industrial de Ford Motor Company Planta de Estampado y Ensamble Hermosillo operado por Servicio Industrial de Comedores S.A. de C.V, Bar Acueducto y Lucerna.

Los empresarios para conocer la satisfacción que tiene sus clientes de los servicios que ofrece, el 75% utilizan como herramienta un formato simple, mientras el 62.5% emplean el buzón de quejas y el 63.6% aplica otro formato como:

Gráfica No. 7
Hermosillo: Medición de satisfacción 2013



Fuente: *Elaboración propia (2013).*

Identificación de problemáticas del factor humano

- La falta de relación entre las necesidades de la empresa y la capacitación proporcionada.

- Carencia de instrumentos de medición que permitan identificar áreas de oportunidades en capacitación.
- La falta de profesionalización en el personal de contacto.
- La falta de un instrumento que mida la percepción de los pobladores con respecto al turismo.

6. Marco institucional, normativo y asociativo

Actualmente la práctica del turismo se ha considerado como una actividad para dinamizar la economía de las localidades como una fuente de desarrollo y progreso que facilite la calidad de vida de los habitantes, además de la conservación y promoción de los recursos con los que cuenta el lugar y con turistas totalmente satisfechos (Camarero, 2008).

Las regulaciones en la operación y administración de los prestadores de servicios turísticos son fundamentales para conducir la vida del conglomerado en esta actividad con el fin de garantizar la integridad de los visitantes, residentes y prestadores de servicios (Instituto Nacional de Desarrollo Social, 2013).

Como parte de los planes generales de la política turística que contribuyen en el crecimiento y bienestar de los destinos, los agentes estratégicos y regulaciones que inciden en el desarrollo de la ciudad se presentan a continuación:

Cuadro No. 11
Agentes estratégicos y regulaciones de Hermosillo 2013

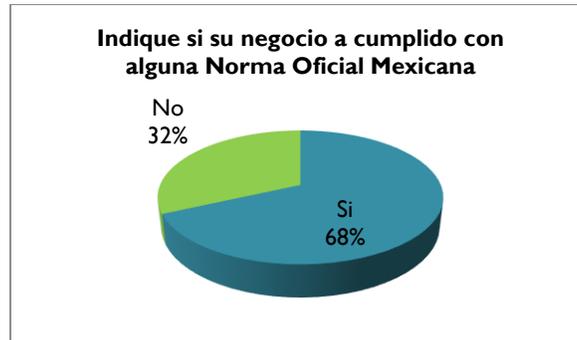
Agentes Estratégicos	Planes o regulaciones	Incidencia
Comisión de Fomento al Turismo del Estado de Sonora (COFETUR).	Programa de Operación Anual.	Capacitación, distintivos, eventos, reconocimientos, promoción, desarrollo regional.
H. Ayuntamiento de Hermosillo.	Plan de Desarrollo Municipal 2013-2015.	Ejes rectores.
Instituto Municipal de Planeación Urbana de Hermosillo.	Ley de Desarrollo Urbano para el Estado de Sonora.	Plan maestro de construcción que facilita la inversión turística.
Agua de Hermosillo.	Abastecimiento de agua con Acueducto Independencia.	Garantiza el abastecimiento a la inversión turística.
Bando de Policía y Buen Gobierno.	Ley de Seguridad Pública y Tránsito.	Alcoholímetro.
Instituto Municipal de Cultura, Arte y Turismo IMCATUR.	Programa de Operación Anual.	Capacitación a prestadores de servicios; Desarrollo de eventos turísticos; Actividades culturales.
Oficina de Convenciones y Visitantes de Hermosillo (OCV).	Programa de Operación Anual.	Gestión para el desarrollo de magnos eventos en la ciudad.

Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL).	Ley de Desarrollo Social para el Estado de Sonora.	Programas: Brigadas para emprendedor; Adulto mayor y; Vivienda digna.
Unidad Estatal de Protección Civil.	Ley de Protección Civil.	Capacitación a prestadores de servicios; Revisión de las instalaciones.
Dirección de Inspección y Vigilancia.	Ley de Alcoholes.	Horarios para la venta de alcohol.
Procuraduría Federal del Consumidor.	Ley Federal del Consumidor.	Publicación de tarifas en moneda nacional y cumplimiento de promociones.
Secretaría de Economía del Estado de Sonora.	Programa de Operación Anual.	Financiamiento y capacitación para proyectos productivos.
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Hermosillo.	Fortalecer la Planta Hotelera.	Establecer vínculos y convenios entre el gremio hotelero y Secretaría de Turismo.
Asociación de Agencia de Viajes.	Fomentar el Desarrollo Turístico.	Fortalecer la demanda de los viajes y el turismo.
Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados.	Regulaciones del Servicio de Alimentos y Bebidas.	Promover la excelencia en el servicio y calidad.
Cámara Nacional de Comercio (CANACO) y Servicios Turísticos de Hermosillo (SERVITUR).	Representa al Comercio Organizado.	Registro de empresas y bolsa de trabajo.

Fuente: Sonora Turismo 2013/ H Ayuntamiento de Hermosillo 2012-2015/ Implan Hermosillo 2012-2015/ Agua de Hermosillo 2013/ Orden Jurídico Nacional 2013-2018/ Oficina de Convenciones y Visitantes de Hermosillo 2014/ Secretaría de Desarrollo Social del Estado de Sonora 2014/ Procuraduría Federal del Consumidor/ Secretaría de Economía del Estado de Sonora 2014/ Asociación Nacional de Agencia de Viajes 2014/ Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles 2014/ Canirac/ Canaco y Servitur Hermosillo.

En relación a la información de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios, en el rubro general, éstas reflejan que el 68% de los establecimientos ha cumplido con alguna Norma Oficial Mexicana en el último año, mientras que el 32% respondieron negativamente. Estos indicadores muestran que existe un desconocimiento en las regulaciones oficiales para el óptimo y seguro desarrollo de las actividades operativas y administrativas de los prestadores de servicios turísticos.

Gráfica No. 8
Hermosillo: Regulaciones oficiales 2013

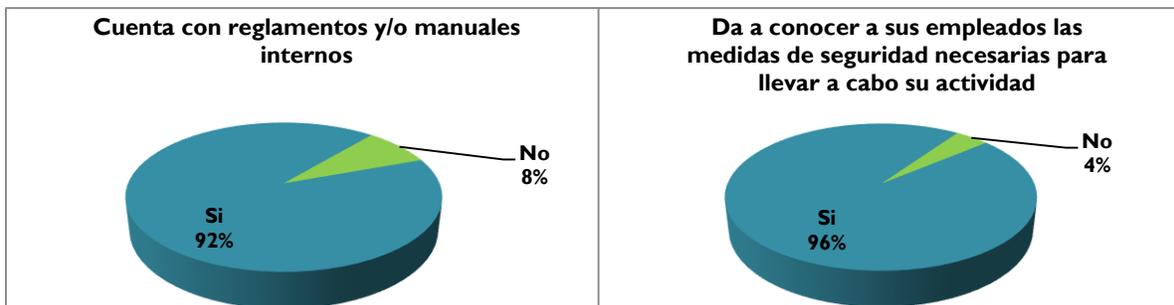


Fuente: *Elaboración propia (2013).*

Cuando se cuestiona que especifiquen qué regulaciones o normas han aplicado en el mismo período, el 54% no respondió, el 17% señala salubridad únicamente y un 4% se divide en: salubridad, Distintivo H y Distintivo M, norma ambiental, uso de suelo, alcoholes, protección civil, Profeco, Sidue y Cedes.

Respecto a los reglamentos y manuales en las empresas del sector turístico, las encuestas revelan que el 92% cuentan con ellos, mientras que el 8% no los utiliza; además solo el 96% dan a conocer a sus empleados las medidas de seguridad necesarias para llevar a cabo su actividad y el 4% no.

Gráfica No. 9 y 10
Hermosillo: Regulaciones oficiales 2013



Fuente: *Elaboración propia (2013).*

Fuente: *Elaboración propia (2013).*

Los agentes estratégicos de la actividad turística manifiestan en el grupo focal que existe una armonización entre los tres niveles de gobierno, las instituciones de educación y los empresarios, sin embargo la implementación de algunas regulaciones han venido a convertirse en un obstaculizador de la actividad turística, debilitando así las ventas de los establecimientos.

Identificación de problemáticas del marco institucional, normativo y asociativo

- Carencia de registros estadísticos e indicadores que facilite la medición de los impactos en el desarrollo de actividades turísticas.
- La falta de convocatoria para celebrar reuniones periódicas en el año con los agentes estratégicos, conduce a una desarticulación de los esfuerzos en la actividad turística.
- Debilidad en la comercialización en los establecimientos de alimentos y bebidas debido a la nueva reforma de Ley de Tránsito que entró en vigor el primero de enero del 2014, consiste en la reducción de 0.80 a 0.40 grados de alcohol máximo permitido en la sangre para conducir.
- Ausencia de control en el impacto ambiental durante la temporada alta en los principales atractivos turísticos de la ciudad, por el desplazamiento de visitantes y vendedores ambulantes que rebasa la capacidad de carga.

7. Accesibilidad y movilidad

7.1. Vías de acceso terrestre

El diagnóstico Implan Hermosillo (2012-2015) expone lo siguiente: La población del destino cuenta con un sistema de vialidad regional conformada principalmente por la carretera Federal No. 15, la cual cruza el área urbana y comunica hacia el norte con el municipio de Nogales, frontera con los Estados Unidos de Norteamérica y al sur con el puerto de Guaymas, Sonora. Asimismo, se comunica al oeste a los campos agrícolas de la Costa de Hermosillo, el Poblado Miguel Alemán y Bahía de Kino a través de la carretera SON-100; y al sureste la carretera MEX-016 comunica con el Poblado La Colorada y con el estado de Chihuahua; al noroeste del centro de la población la carretera MEX-015 entronca con la carretera Federal MEX-014 que comunica a los municipios de la cuenca del Río Sonora y de la zona serrana; al sureste entronca en las carreteras Federales MEX-015 y MEX-016, la carretera SON-114 que comunica con Mazatlán y otros municipios serranos. La carretera SON-110 integra la zona costera del municipio con el centro de población cruzando la colonia Palo Verde.

7.2. Conectividad aérea

La ciudad de Hermosillo cuenta con un aeropuerto internacional (IATA: HMO, la OACI: MMHO) ubicado en el acceso poniente en la carretera a Bahía de Kino, que lleva el nombre de "Ignacio Pesquería" en honor al general que apoyó al ejército mexicano a oponer resistencia durante la invasión francesa del siglo XIX. El aeropuerto recibe varios vuelos de las ciudades de Estados Unidos: Los Ángeles y Phoenix. Otro aspecto a destacar de la terminal que es un punto importante para Aeroméxico Connet, quién maneja más de 50 vuelos comerciales diarios dentro de México y Estados Unidos; además es base militar denominada BAM-18, con vuelos de la Fuerza Aérea Mexicana. La instalación se compone de una pista principal (5/23), una pista alternativa que actualmente está cerrada (11/29), calle de rodaje,

hangares y una terminal comercial que tiene capacidad para 9 o más aeronaves (Grupo Aeroportuario del Pacífico, 2013).

Figura No. 3
Hermosillo: Localización del Aeropuerto “Ignacio Pesqueira” 2014



Fuente: Enciso (2014). Puertos Aéreos de la ciudad de Hermosillo, Sonora.

De acuerdo a los datos proporcionados por el Grupo Aeroportuario del Pacífico (2013), el aeródromo sirve como aeropuerto alternativo de vuelos dirigidos al Aeropuerto Internacional de Tijuana, por lo que no es extraño ver aviones que se dirigen a Tijuana desviados por el mal tiempo o problemas técnicos en el aeropuerto de la ciudad del sol. Por tal razón las pistas y calles de rodaje se ampliaron recientemente con el fin de recibir aviones de mayor capacidad, debido a que la línea aérea Aeroméxico ha tenido que desviar sus aviones Boeing 777 a Hermosillo en algunas ocasiones.

Cabe destacar que en el 2011, se recibieron a 1 millón 200 mil 900 pasajeros con un incremento del 5.5% en relación al 2010, de acuerdo a datos proporcionados por (Grupo Aeroportuarios del Pacífico, 2013).

Cuadro No. 12
Aerolíneas que se les brinda servicio en el aeropuerto Ignacio Pesquería de la ciudad de Hermosillo, Sonora. 2013

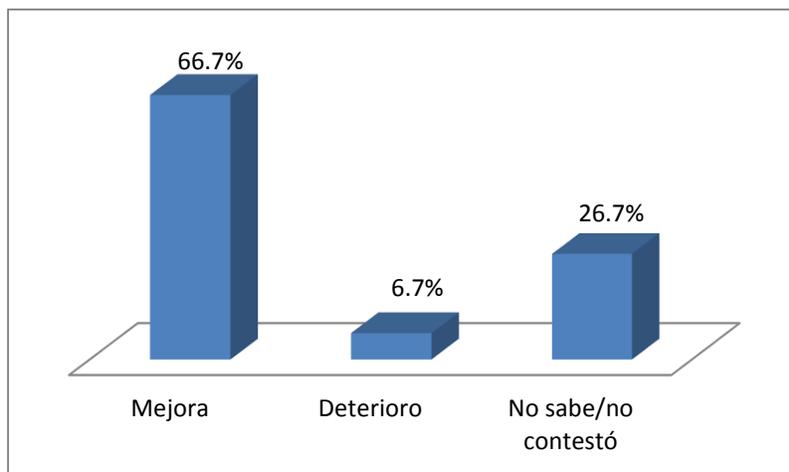
Aerolíneas	Destinos
Aeroméxico	Cd. México.
Aeroméxico Connect	Cd. México, Chihuahua, Cd. Juárez, Cd. Obregón, Culiacán, Guadalajara, Las Vegas, Los Ángeles, Los Mochis, Mazatlán, Mexicali, Monterrey, Phoenix, Puerto Peñasco, Tijuana

Aero Calafia	Guaymas, Guerrero Negro, Isla Cedros, La Paz, Loreto, Mexicali, Santa Rosalía.
Aero Servicio Guerrero	Guaymas, Guerrero Negro, Loreto, Puerto Peñasco, Santa Rosalía.
American Eagle	Dallas/Fort Worth
Ineriet	Ciudad de México. Monterrey
Us Airways Express	Phoenix
Viva Aerobus	Guadalajara, Monterrey, Cancún, Ciudad de México, Culiacán.
Volaris	Tijuana.

Fuente: Grupo Aeroportuario del pacífico (2013). Aerolíneas y los destinos que ofrecen servicio desde el aeropuerto Ignacio Pesquería tanto nacionales e internacionales.

Desde otro punto de vista, la opinión y percepción de 24 prestadores de servicio turísticos en relación a la evolución de los vuelos en el último año, obtenidos a través de una encuesta; refleja en un 67.7% que ha mejorado, seguido de un 6.7% que opina que se ha deteriorado y 26% no sabe y no contestó.

Gráfica No. 11
Hermosillo: Medición de satisfacción 2013



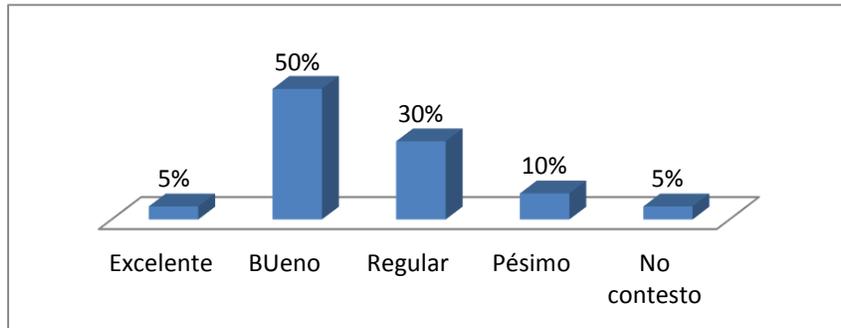
Fuente: Instrumento para la competitividad de los destinos turísticos (2013) percepción y opinión de la evolución de los vuelos en los últimos doce meses.

Igualmente, agentes estratégicos expresaron a través de un grupo focal, que se están realizando reuniones con las partes involucradas para gestionar tarifas de vuelos que sean atractivas para los clientes y se pueda generar una mayor demanda en las rutas nacionales e internacionales, específicamente Phoenix, Arizona. Asimismo evaluaron la conectividad entre los medios de transporte aéreo y de su

destino como: bueno en un 50%, regular en un 30%, pésimo 10%, excelente 5% y no contesto 5%.

Gráfica No. 12

Hermosillo: opinión y percepción de la conectividad entre los medios de transporte 2013

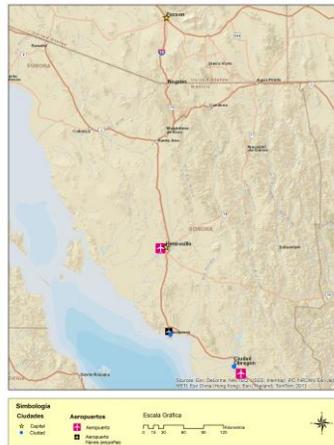


Fuente: instrumento para la competitividad de los destinos turísticos (2013).

Aeropuertos cercanos a la ciudad de Hermosillo

Figura No. 4

Hermosillo: Aeropuertos cercanos a la ciudad de Hermosillo 2014



Fuente: Enciso (2014). Aeropuertos cercanos a la ciudad de Hermosillo, Sonora.

Se encuentran ubicados de la siguiente manera: Aeropuerto Internacional de Obregón, Sonora; (código IATA: CEN, código OACI: MMCN) a una distancia de 255.3 kilómetros que equivale a 2 horas 44 minutos de tiempo de recorrido. La terminal fue incorporada a la Red Aeroportuaria de ASA en 1965, ofrece servicios de 06:00 a las 18:00 horas y con la capacidad de recibir aviones tipo Boeing 757, además tiene una plataforma para aviaciones comerciales de 17,325 metros cuadrados que cuenta con tres posiciones; sus pistas son de 2.3 kilómetros de longitud por 45 metros de ancho. Los destinos de servicio son nacionales (Aeropuertos México, 2013).

Cuadro No.13

Aerolíneas y destino del Aeropuerto Internacional de ciudad Obregón 2013

Aerolíneas	Destinos
Aero Pacifico	Los Cabos, B.C.
Aeroméxico	Guadalajara, Hermosillo, Cd. de México, Monterrey, Tijuana.
Aero Calafia	Cabo San Lucas, Ciudad Constitución, La Paz, Loreto, Tijuana
Aero Servicio	Cabo San Lucas, La Paz
Guerrero	Cabo San Lucas, La Paz
Interjet	Ciudad de México
Volaris	Tijuana

Fuente: información proporcionada del Grupo Aeroportuario del Pacífico 2013.

Actualmente se realizan obras de desarrollo en su pista de aterrizaje, están ejecutando obras de ampliación de 500 metros de la pista de aterrizaje hacia el sur y a la vez se construye el recinto fiscal estratégico que tiene el objetivo de operar como una puerta de entrada y salida para productos terminados, con el fin de realizar los trámites de aduana, lo que permitirá que la mercancía salga embarcada directamente al destino.

El Aeropuerto Internacional General José María Yáñez (código IATA: GYM y código OACI: MMGM) ubicado a 7 kilómetros de la ciudad de Guaymas, Sonora; operado por aeropuerto y servicios auxiliares, corporación del Gobierno Federal y tiene un horario de servicio de 7:00 a 19:00 horas.

En 1974 fue incorporado a la red ASA; las instalaciones tienen una extensión de 92 hectáreas aproximadamente y su plataforma para la aviación comercial es de 1.03 hectáreas; así como dos posiciones de pistas y un pista de 2.3 kilómetros de longitud, con capacidad de recibir aviones de tipo Boeing 737 y Airbus A320.

Cuadro No.14

Aerolíneas y destinos que oferta el Aeropuerto Internacional José María Yáñez de la ciudad de Guaymas, Sonora. 2013

Aerolíneas	Destinos
Aero Calafia	Guerrero Negro, Hermosillo, La Paz, Loreto, San José del Cabo, Santa Rosalía
Aero Servicio Guerrero	Guerrero Negro, Loreto y Santa Rosalía

Fuente: Grupo Aeroportuario del Pacífico (2013).

Aeropuerto Internacional de Nogales, Sonora

De acuerdo a los datos del Grupo Aeroportuario del Pacífico (2013), el Aeropuerto Internacional de Nogales (código IATA: NOG, código OACI: MMNG), es un aeropuerto internacional localizado a 13.5 kilómetros de Nogales, Sonora, México. Se sitúa cerca de la frontera entre Estados Unidos de Norteamérica y México, al lado opuesto de Nogales, Arizona. Es operado por Aeropuertos y Servicios Auxiliares, una corporación del gobierno federal. Cuenta con una superficie de 108 hectáreas aproximadamente y su plataforma para la aviación comercial es de 4,543 metros cuadrados; además tiene una posición y una pista de 1.8 kilómetros de longitud, apta para recibir aviones tipo ATR 42; posee estacionamiento propio con capacidad de 24 lugares, su horario oficial de operación es de las 7:00 a las 19:00 horas.

Aeropuerto Internacional de Tucson, Arizona

Aeropuertos del Mundo (2013), proporciona los siguientes datos: Aeropuerto Internacional de Tucson (TUCSON-Tucson Arizona, E International Airport) UA (código IATA:TUS, código OACI:KTUS, FAA, LID:TUS), localizado a 10 kilómetros al sur del Distrito Central de Negocios de Tucson, en el Condado de Pima en Arizona, Estados Unidos; se divide en dos salas A y B.

7.3 Conectividad terrestre

La ciudad de Hermosillo cuenta con amplia conectividad terrestre, 1,208 Kilómetros de litoral con el Golfo de California y una extensión carretera de casi 6,700 kilómetros, teniendo como eje la Central Carretera Federal No. 15 de 4 carriles que cruza el Estado de norte a sur; se ubica a tres horas de la frontera y a unos 100 kilómetros del Mar de Cortés con rápido acceso a todas las regiones de la entidad y a otros estados, cuenta con una central de autobuses (Central de Autobuses de Hermosillo) y líneas de autobuses privadas (Info México, 2013).

Central de autobuses Hermosillo

Se localiza en Bulevar Luis Encinas Johnson, número 400, entre las calles Los Pinos y Jafra, en la colonia Los Naranjos; es considerada importante terminal de

paso de pasajeros hacia otros destinos; tiene llegadas y salidas de camiones durante las 24 horas del día en algunas de las líneas.

Los destinos más importantes desde la Central de Autobuses de Hermosillo son hacia las ciudades: Tijuana, Mazatlán, Guadalajara, Monterrey, Saltillo, Torreón, Mexicali, entre otras (TransportaMex.com 2013).

Cuadro No.15

Líneas de Autobuses que tienen corridas en Hermosillo 2013

• ADO- Autobuses del Oriente	• Autobuses Erco
• Autobuses AEXA	• Autobuses El Conejo
• Autobuses Águila	• Autobuses Estrella Diamante
• Autobuses Americanos	• Autobuses Estrella Blanca
• Autobuses Anáhuac	• Autobuses Estrella Roja
• Auto transporte Tlaxcala – Apizaco (ATAH)	• Autobuses Estrella de Oro
• Autobuses Ave Senda	• Autobuses de la Baja California (ABC)
• Autobuses Caminante	• Autobuses Flores
• Autobuses Coahuilenses	• Autobuses Futura
• Autobuses Elite	• Autobuses Flecha Amarilla
• ADO- Autobuses del Oriente	• Autobuses Erco
• Autobuses AEXA	• Autobuses El Conejo
• Autobuses Águila	• Autobuses Estrella Diamante
• Autobuses Americanos	• Autobuses Estrella Blanca
• Autobuses Anahuac	• Autobuses Estrella Roja
• Auto transporte Tlaxcala – Apizaco (ATAH)	• Autobuses Estrella de Oro
• Autobuses Flecha Roja	• Transporte Teotihuacanos
• Autobuses Herradura de Plata	• Autobuses Tornado
• Autobuses Oro	• Autobuses Transpaís
• Autobuses Pacífico	• Autobuses Turimex Internacional
• Autobuses Pegass	• Autobuses Tufesa
• Autobuses Sur	• Turista Ejecutivo (Línea Turistar)
• Transporte y autobuses del Pacífico	• Entre otros.

Fuente: Información proporcionada en el portal de TransportaMex. Com (2013).

Transporte urbano

De acuerdo a los datos que proporciona Diagnóstico Implan Hermosillo (2012-2015), la ciudad de Hermosillo cuenta con un sistema de transporte público el cual lo constituye el sistema de automóviles de alquiler o de taxis con sitios distribuidos en lugares estratégicos de la ciudad, ubicados principalmente en la zona centro; los taxis pueden ser individuales o colectivos con transportación foránea, urbana y rural.

Afluencia de transporte local del destino

La capital del estado cuenta con un sistema de transporte público concesionado a particulares por parte del Gobierno del Estado, los cuales conforman la sociedad mercantil operadora denominada SICTUHSA que cuenta con una flota de aproximadamente 350 autobuses; más de 20 rutas alrededor de la ciudad en

transporte público de tipo “autobús”; 18 compañías de servicio especializado de taxi, limusina y una compañía de alquiler con chofer (Diagnóstico Implan Hermosillo, 2012-2015).

Transporte turístico

Rutas de destinos turísticos:

En lo que respecta al transporte urbano, las rutas disponibles son 25. En oferta de rutas turísticas, existen 14 compañías con servicio de transporte turístico ofreciendo diversas rutas recreativas, siendo las más conocidas las siguientes ocho: Las Misiones, Cananea-Río Sonora, Ciudades, Bacanora, Playas, Sanación Seri, Álamos, Sierra-Mar (Diagnostico Implan Hermosillo, 2012-2015).

7.4. Conectividad marítima

El puerto de Guaymas se encuentra a una distancia de 130 kilómetros al sur de Hermosillo, por su ubicación tiene un carácter de puerto regional, con acceso al comercio internacional que se realiza a través del océano pacífico y el Golfo de Cortés. Asimismo la zona de influencia que actualmente atiende son los estados de Sonora, Baja California, Chihuahua, Sinaloa y Arizona en Estados Unidos (Administración Portuaria Integral de Guaymas, 2012).

Figura No. 5
Zona de influencia externa e interna del Puerto de Guaymas 2012



Fuente: Administración Portuaria Integral de Guaymas (2012).

El puerto con multipropósitos se desarrollan siete líneas de negocios: La primera es la carga de mineral que representó para el 2011 alrededor de 75% del total de la carga comercial, actividad que dinamiza al puerto; la segunda es la carga de granel agrícola procedente de los estados de Sonora y Sinaloa que tiene como destino final el comercio exterior; la tercera es la carga general suelta, principalmente relacionada con el crecimiento de la industria automotriz, la maquiladora y el transporte de vehículos; la cuarta la carga de fluido no petroleros, tiene un gran potencial por la cercanía a los centros agropecuarios y la industria en el noroeste del país; la quinta línea es la carga contenerizada a través del establecimiento de servicio regular alimentador de contenedores, con el arribo de la embarcación “MSC Prospect” de la línea naviera Mediterranean Shipping Company (MSC) al puerto, teniendo una capacidad de hasta 1,300 contenedores y cubre una ruta semanal a través de los puertos de Manzanillo- Mazatlán_ Manzanillo; la sexta línea son los cruceros que aún se encuentra en fase desarrollo; y finalmente la séptima línea es la actividad logística (ZAL) que radica en realizar diversas actividades industriales y de la cadena logística, desde almacenamiento y transformación del producto, empaque y embarque, misma que está compuesta por dos polígonos con una superficie de 88 hectáreas en total, localizada en el municipio de Empalme a 8 kilómetro del Puerto de Guaymas con una conexión carretera (Administración Portuaria Integral de Guaymas, 2012).

Problemática:

- Elevado costo en las tarifas internacionales, específicamente la ruta destino Phoenix-Hermosillo.

8. Infraestructuras básicas

8.1. Vivienda

Los datos que proporciona INEGI (2010), en el municipio de Hermosillo se registra un total de 267,856 viviendas particulares, de éstas 78.5% están habitadas, 15.9% deshabitadas y un 5.4% son viviendas particulares de uso temporal. El promedio de habitantes por vivienda es de 3.6 personas.

Cuadro No.16

Clasificación del uso de las viviendas en la ciudad de Hermosillo, Sonora. 2010

Clasificación de la vivienda, según uso	
Total de viviendas particulares	267,856
Viviendas particulares habitadas	210,402
Viviendas particulares deshabitadas	42,738
Viviendas de uso temporal	14,716

Fuente: XIII Censo General de Población y Vivienda, 2010. INEGI.

Cuadro No.17
Accesibilidad de servicios básicos en Hermosillo 2010

Disponibilidad de servicios públicos básicos
Viviendas particulares habitadas 210,402
Viviendas particulares habitadas que disponen de energía eléctrica 208,406 (99%)
Viviendas particulares que disponen de agua entubada en ámbito de la vivienda 203,952 (97%)
Viviendas particulares que disponen de drenaje 202,756 (96.5%)
Viviendas particulares habitadas que disponen de luz eléctrica, agua entubada a red pública y drenaje. 197,066 (93%)

Nota: En el XIII Censo de Población y Vivienda, el INEGI, concentró dentro de la categoría “Viviendas particulares habitadas que disponen de drenaje” a todas aquellas viviendas que tienen drenaje conectado a la red pública, fosa séptica, barranca, grieta, río, lago o mar. Es decir, que no podemos desagregar la información para saber con exactitud el déficit de viviendas que no tienen drenaje conectado a la red pública. (XIII Censo General de Población y Vivienda, 2010. INEGI).

De igual forma, del total de viviendas particulares habitadas, 99% de ellas cuentan con energía eléctrica, 97% cuentan con agua entubada a la red pública dentro de la vivienda, 96.5% con drenaje y 93% con todos los servicios básicos. Así mismo en relación a las características de las viviendas, 95% tiene piso de mosaico, piso de cemento o algún recubrimiento, el restante 5% tiene piso de tierra.

Cuadro No.18
Índice de vivienda de Hermosillo, Sonora. 2010

Viviendas particulares con piso de tierra y diferente a tierra
Viviendas particulares habitadas 210,402
Viviendas particulares habitadas con piso de tierra 9,679 (5%)
Viviendas particulares con piso diferente a tierra 199,900 (95%)

Fuente: XIII Censo General de Población y Vivienda, 2010. INEGI

Del total de viviendas particulares habitadas, un 4.2% son viviendas que cuentan un cuarto; el 10.9% tienen dos cuartos y un 84.3% cuentan con 3 o más cuartos. En cuanto a los dormitorios un 4.2 % de las viviendas particulares habitadas tienen un dormitorio, el restante 68.9% tienen dos o más dormitorios (XIII Censo General de Población y vivienda, 2010).

Cuadro No.19

Número de cuarto de viviendas ocupadas de Hermosillo, Sonora. 2010

Número de cuartos en viviendas particulares habitadas (VPH)	
VPH con 1 cuarto	8,949
VPH con 2 cuartos	23,076
VPH con 3 y más cuartos	177,571
Promedio de ocupantes por cuarto	0.8

Fuente: XIII Censo General de Población y Vivienda, 2010. INEGI

Cuadro No.20

Número de dormitorios en viviendas particulares habitadas en Hermosillo 2010

Número de dormitorios en vivienda particulares habitadas (VPH)	
VPH con 1 dormitorio	67,646
VPH con 2 dormitorios	142,092

Fuente: XIII Censo General de Población y Vivienda, 2010. INEGI

En relación a la disponibilidad de bienes en las viviendas, se observa que 80% tienen radio, 97% televisor, 49% computadora, 40% internet, 94% refrigerador, 77% lavadora y 65% automóvil propio (XIII Censo General de Población y Vivienda, 2010).

8.2. Agua potable

El Diagnóstico Implan Hermosillo (2012-2015), expone lo siguiente: la ciudad de Hermosillo tiene limitaciones en cuanto a la disponibilidad de agua potable en calidad y cantidad, en relación al número de habitantes, a la actividad económica y a la vida misma. Por lo tanto uno de los temas más relevantes para el municipio es el abastecimiento de agua. Asimismo, se cuenta con un inventario de 136 fuentes subterráneas distribuidas en 12 captaciones, contando con 3 plantas potabilizadoras con capacidad para tratar 600 litros por segundo cada una, del total de pozos con que cuenta el organismo, 69 han quedado fuera de servicio por el bajo o nulo gasto, debido al abatimiento del manto acuífero.

Flores (2010), indica que en los últimos 40 años se han construido una gran cantidad de obras de captación (pozos en diferentes acuíferos, galerías filtrantes, plantas potabilizadoras y los acueductos La Victoria y La Mesa del Seri) destinados a atender las necesidades actuales y futuras del agua potable, que han resultado insuficientes en relación a la demanda, captación, tanto superficiales como subterráneas, debido principalmente a los factores climatológicos que han originado una sequía de grandes dimensiones.

Por otra parte, el Plan Municipal de Hermosillo (2013-2015), muestra los aspectos relevantes de las condiciones actuales de la red de conducción y la red de distribución de agua potable en la capital del Estado. En la red de conducción, es la tubería que se utiliza para conducir el agua que se extrae de las fuentes de abasto hasta los tanques de almacenamiento y/o sitios donde se conecta con la red de distribución. La longitud de conducción es de 330.8 kilómetros de tubería, con diámetros que van desde 6 pulgadas hasta las 46 pulgadas, como es el caso del acueducto El Molinito.

En lo que se refiere a la red de distribución de agua potable en la ciudad ha crecido de manera distorsionada, debido a que la expansión de la mancha urbana no ha sido compatible con la infraestructura de distribución existente, el surgimiento de asentamientos humanos irregulares y la construcción de fraccionamientos aislados y alejados entre sí y de las líneas troncales, quedando grandes áreas sin utilizar. Aunado a lo anterior, la antigüedad de más del 30% de la tubería y la existencia de toma clandestina ocasionan pérdidas de agua en la red, impactando negativamente en la eficiencia física del sistema. La red de conducción alcanza una longitud de 2,403.8 kilómetros de tubería de distintos diámetros. Se cuenta con 32 tanques de almacenamiento con capacidad para 81,590 metros cúbicos, estratégicamente distribuidos, con una cobertura del 98%, con el fin de regular el gasto y volumen.

Beyliss (2013), publicó en el periódico El Universal lo siguiente: El 30 de marzo del mismo año, fue inaugurado el “Acueducto Independencia”, es una obra de distribución de agua, construida como alternativa para garantizar el abastecimiento de agua en Hermosillo, conectado a las presas El Novillo (Plutarco Elías Calles) y Abelardo L. Rodríguez, siguiendo la cuenca del Río Yaqui.

8.3. Red de alcantarillado sanitario

El Programa de Desarrollo Urbano (2012-2015), detalla específicamente el centro de la población de Hermosillo, como está constituido el sistema de red de alcantarillado sanitario de la ciudad, por 1,542 kilómetros con diámetros de 15 a 20 centímetros; estas aguas son captadas y conducidas por subcolectores de diámetros de 25, 30 y 35 centímetros que suman una longitud de 163 kilómetros y colectores de diámetros desde 120 hasta 183 centímetros en una longitud de 218 kilómetros, así mismo se reciben las descargas urbanas, tanto domésticas como no domésticas; 427.2 kilómetros de subcolectores y colectores, mismos que conducen el agua residual al emisor general, localizado al poniente de la ciudad, cuya longitud es de 8.021 kilómetros, la cobertura de servicio es del 95%. A la fecha existe un registro de 246,887 descargas domiciliarias o albañales, de las cuales, 232,590 corresponden a usuarios domésticos, 13,126 a usuarios comerciales, 345 a usuarios industriales y 826 a usuarios del sector público.

8.4. Área rural

8.4.1. Área rural oriente

El mismo documento antes mencionado expone, que el área rural oriente del municipio de Hermosillo abarca 21 poblaciones, entre comunidades y ejidos.

San Pedro

De igual forma la localidad de San Pedro o El Saucito (San Pedro El Saucito) están situados en el municipio de Hermosillo, tiene 2,556 habitantes. Con los siguientes sitios cercanos:

- Fraccionamiento campestre Las Granjas 2.4 kilómetros.
- Ejido El Alamito (procesadora y empaque) 2.5 kilómetros.
- Carbonera de Hugo Borchart 2.5 kilómetros.
- El Tazajal 3.3 kilómetros
- Bodegas Elektra 3.5km
- Universidad del Valle de México, Campus Hermosillo 4.1kilómetros.
- Café Combate 7.8 kilómetros.
- Mesa del Seri 8.3 kilómetros.
- Valle del Seri 8.3 kilómetros.

El sistema de enlace de San Pedro está estructurado por las siguientes vías terrestres:

- El 98.8% de los caminos son de terracería, pero para estar en buenas condiciones es necesario su rehabilitación a través de raspado de calles por lo menos 4 veces en el año, de acuerdo al presupuesto destinado para este rubro, únicamente se logra dar mantenimiento una vez por año.
- Carretera Federal No. 15 Santa Anna-Hermosillo, esta carretera internacional recorre gran parte del país, desde la frontera con los Estados Unidos de Norteamérica hasta la Ciudad de México, siendo de las más importantes.
- Carretera Federal No. 14 Moctezuma-Hermosillo.
- Bulevar Enrique Mazón López, Hermosillo.

Transportación terrestre de San Pedro

Se puede llegar al poblado por servicio de taxi, automóvil, motocicleta y camión urbano. El recorrido que efectúan las rutas de transporte urbano se realiza a través del Bulevar Enrique Mazón López y recorren todos los sitios cercanos antes mencionados.

Agua potable en San Pedro:

En San Pedro, la cobertura de agua potable es de 95%, con una población atendida de 22,906.

Alcantarillado y drenaje en San Pedro

Cuentan con servicio de alcantarillado y drenaje 374 viviendas. El resto de las viviendas utiliza fosas sépticas (Plan de Desarrollo Urbano 2012-2015).

8.4.2. Área rural poniente

Bahía de Kino

Es una comisaría de la ciudad de Hermosillo que se encuentra a una distancia de 107 Km, teniendo su acceso a través de la carretera estatal número 100 con una extensión de 117 kilómetros pavimentados en dos carriles de circulación y dos franjas de acotamiento. Otra vía de comunicación es la Calle 4, vialidad que forma parte de la red de caminos de la Costa de Hermosillo que comunica a la ciudad de Guaymas, sin acceder a la ciudad de Hermosillo. En lo que respecta a la avenida Mar de Cortés bordea la bahía, desde el entronque con la carretera 100 hasta el Cerro Prieto, en una longitud aproximada de 8 kilómetros, es la única vía pavimentada de acceso a la zona habitacional turística, encontrándose en buen estado su carpeta asfáltica, sin embargo hace falta una jerarquización de las vialidades existentes y definir una nueva estructura vial que resuelva en definitiva los problemas que se presentan en períodos vacacionales como Semana Santa (Plan de Desarrollo Municipal 2013-2015).

Kino Nuevo situado en el Mar de Cortés o Golfo de California que abarca desde punta chueca (frente a la isla del tiburón) hasta punta de San Nicolás al sur; tiene una buena imagen urbana en general en toda la zona. Los usos de suelo existentes son muy homogéneos, así como el tipo de urbanización y calidad de las construcciones combinadas con el paisaje natural del entorno. Del mismo modo Kino Viejo se encuentra a 2 kilómetros de distancia de Kino Nuevo y presenta al visitante una imagen muy distinta; la diferencia radica en gran medida en el perfil socioeconómico. A diferencia de Kino Nuevo, en Kino Viejo se muestra una mezcla de usos de suelo heterogénea, principalmente a lo largo de la red de vialidades pavimentadas que se han ido transformando y estableciendo usos comerciales y de servicios de distinta índole. El centro urbano presenta una imagen deteriorada, así como la presencia de innumerables usos de suelo incompatibles, construcciones semifijas colocadas en forma provisional sobre la banqueta o que no siguen la norma oficial (Plan de Desarrollo Municipal 2013-2015).

Los servicios sanitarios

Cuenta con una clínica de primer nivel, dependiente de la Secretaría de Salud del Estado, con una unidad de la Cruz Roja Mexicana. Durante la época vacacional los servicios de salud son reforzados debido al aumento de turistas en la localidad, tal es el caso de unidad móvil perteneciente a la Cruz Roja que es instalada cada año en Kino Nuevo.

Actualmente existen alrededor de 40 calles y avenidas de pavimento total o están pavimentadas parcialmente. Es importante señalar que existen una gran cantidad de vialidades que muestran un deterioro importante en el pavimento y que es necesario rehabilitar o volver a pavimentar, para que puedan ser consideradas vialidades aptas para el tránsito de vehículos (Plan de Desarrollo Municipal 2013-2015).

Energía eléctrica

El Plan de Desarrollo Municipal (2013-2015), comunica del suministro de energía eléctrica del poblado, misma que se recibe de la Costa de Hermosillo, mediante línea de transmisión de 115.0/13.8 Kv., con una subestación de 6,000 Kv. De igual forma se tiene una cobertura del alumbrado público por encima del 80%, las zonas carentes de estos servicios son aquellas consideradas como fraccionamientos campestres y predios con problemas de tenencia de la tierra.

Agua potable

Del mismo modo, el documento detalla el sistema de agua potable de la localidad de Bahía de Kino, se proporciona de la siguiente manera; servicio de agua potable y alcantarillado a una población de 13,212 personas, por medio de pozos de agua potable, se cuenta con tanques de almacenamiento; 3,354 tomas domiciliarias de las cuales 3,309 son domésticas, 193 comerciales, 2 industriales y 120 de autogestión. La cobertura de agua potables es de 90% y no cuentan con red de alcantarillado.

Servicio de recolección de basura

El servicio de recolección de basura lo proporcionan 17 empleados, de los cuales 6 operan los 2 camiones destinados a la recolección de basura, las 11 personas restantes realizan actividades de limpieza en calles y avenidas. También el departamento cuenta con 75 contenedores aproximadamente, los cuales están distribuidos en diferentes áreas del centro de población. En la temporada vacacional el departamento cuenta con el apoyo de personal proveniente de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), quienes ayudan a mantener limpias las calles y avenidas. Todos los desechos recolectados diariamente son trasladados al depósito de basura ubicado en la Calle 36 sur, este lugar se encuentra a 25 kilómetros de Bahía Kino. Hay que señalar también que allí se depositan los desechos sólidos provenientes del Poblado Miguel Alemán, quedando a una distancia de 23 kilómetros de esta localidad (Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015).

Transporte urbano

Es importante resaltar que el documento municipal en referencia, señala que a la fecha no cuenta con servicio de transporte urbano de pasajeros, únicamente el servicio de transporte foráneo, a través de dos líneas que comunican a Hermosillo

con Bahía Kino y puntos intermedios, existe una aeropista de corto alcance con una longitud 1,250 metros de asfalto, 40 metros de ancho y 60 metro de cabecera, actualmente administrada por la Secretaría de Marina.

Equipamiento público

Por otro lado, el Plan de Desarrollo Municipal (2012-2015) informa de otros equipamientos públicos referentes a servicios con los que cuenta Bahía de Kino como: Comisaría Municipal, Comandancia de Policía, oficinas de la Policía Judicial del Estado, oficinas del Gobierno Federal pertenecientes a SEMARNAT y Agua de Hermosillo, Capitanía de Puerto, Secretaria de Marina de la Armada de México, Departamento de Bomberos y la subestación de la Comisión Federal de Electricidad.

8.4.3. Miguel Alemán

El poblado Miguel Alemán está localizado a 65 kilómetros hacia el oeste de Hermosillo por la carretera a Bahía de Kino. Se ubica en la planicie costera centro occidental del estado de Sonora a 60 metros sobre el nivel del mar, en el sur de la eco-región conocida como Sonorense, predomina un tipo de clima seco cálido, debido a este clima predominante tiene limitado acceso a fuentes de agua; no cuenta con ríos cercanos y se abastece del agua de los mantos acuíferos subterráneos, los cuales están sobre explotados (Plan de Desarrollo Municipal 2013-2015).

Vivienda

En lo que respecta al número de viviendas particulares es de 8,345, de las cuales 7,201 están habitadas, 647 deshabitadas y 507 son de uso temporal. El número de habitantes por vivienda es de 8.5 muy por encima de la media municipal que es de 3.6.

Energía eléctrica

82.3% cuenta con energía eléctrica.

Agua potable

83.9% con agua potable.

Drenaje y alcantarillado

82.4% con excusado, 56.7% con drenaje, un 75.6% tienen piso diferente de tierra.

Servicio de recolección de basura

Se tiene una cobertura del servicio de recolección de basura de 85%, de servicio de alcantarillado 59% (Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015).

Seguridad pública

Se cuenta con una central de Seguridad Pública Municipal con 35 elementos que dan seguimiento a reportes y denuncias. Se implementó el Operativo Halcón con la contratación de 50 elementos, la adquisición de 15 unidades y 10 motocicletas (Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015).

8.4.4. La Costa de Hermosillo

El documento Plan de Desarrollo Municipal (2013-2015), detalla que el servicio de agua potable y alcantarillado abastece a una población de 13,212 personas, por medio de pozos de agua potable, se cuenta con tanques de almacenamiento, 3,354 tomas domiciliarias de las cuales 3,309 son domésticas, 193 comerciales, 2 industriales y 120 de autogestión. La cobertura de agua potables es de 90% y no cuentan con red de alcantarillado.

Electrificación

Cuenta con una cobertura de 98.2%, la longitud de la red de distribución es de 7,850 kilómetros, distribuidas en tomas domésticas 262,203; alumbrado público 1,474; bombeo de aguas potables y negras 295, así lo expresa el Plan de Desarrollo Municipal (2013-2015).

Seguridad

En lo que se refiere a la corporación de seguridad pública, actualmente está conformada por 1,086 elementos operativos incluyendo la zona rural, que se encuentran distribuidos para tránsito municipal 295, de los cuales 104 agentes de tránsito se encuentran en la Comandancia Centro, 72 en la Comandancia Norte, 42 en la Comandancia Sur, 25 en la Comandancia Cortijo, 38 en la Comandancia Nuevo Hermosillo, 3 en la Comandancia de San Pedro, 5 en el Poblado de Bahía de Kino y 1 en la Central 20. El resto de los agentes, 791 se encuentran distribuidos en las diferentes comandancias tanto de la zona urbana como rural, asignados para la seguridad pública preventiva para atender a una población de 784,342 habitantes (Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015).

8.5. Incidencia delictiva en Hermosillo

De acuerdo a los datos oficiales del Sistema Nacional de Seguridad Pública (2010) en Hermosillo, Sonora; se registraron 843 robo con violencia, 2337 robo sin violencia, 311 lesiones dolosas, homicidios dolosos 45 y extorsiones 5, cabe aclarar que no se tiene un registro de secuestro.

Cuadro No. 21
Incidencia Delictiva en Hermosillo, Sonora. 2010

Concepto	Población 2010	Robo con violencia	Robo sin violencia	Lesiones dolosas	Homicidios dolosos	Extorsión	Secuestro
Hermosillo	784,342	843	2,337	311	45	5	0

Fuente: Datos oficiales del Sistema Nacional de Seguridad Pública 2010.

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

Si bien es cierto en la búsqueda de calidad de vida, se hace un verdadero esfuerzo de planificación cada vez más importante a la protección ambiental, cultural y social en el desarrollo sustentable.

9.1. Patrimonio histórico (urbano)

El diagnóstico Implan Hermosillo (2012-2015), resalta la importancia de que en la actualidad la ciudad de Hermosillo cuenta con edificios y sitios que la mayoría se consideran patrimonio histórico de la ciudad, los cuales se concentran en el centro urbano, limitado al sur por el Cerro de la Campana, al norte el bulevar Luis Encinas, al este la calle Jesús García y al oeste la calle Rosales. Así mismo dentro de esta zona se encuentran: la Casa Arias, la Casa Hoeffler, hoy Museo de Culturas Populares, El Gran Taco ubicado en la calle Obregón, El Colegio de Sonora y el Banco de Sonora, hoy Instituto Sonorense Cultura. Otros edificios importantes son el Banco de México, el edificio de Correos, el Mercado Municipal, Molino El Hermosillense, la escuela Leona Vicario, el edificio de Artesanos Hidalgo, el Cuartel Militar 14 (1909) y la Capilla del Carmen (1837-1842), entre otros más. Existen otros elementos representativos del patrimonio histórico como son: colonia Villa de Seris, localizada al sur del Vado del Río; el conjunto formado por la Iglesia de San Antonio, único testigo de arquitectura religiosa del siglo XVII; el sitio considerado como el eje virtual de la ciudad formado por el Palacio de Gobierno Estatal, el kiosco de la Plaza Zaragoza y la Catedral de Nuestra Señora de la Asunción (s. XIX).

En lo que se refiere al patrimonio urbano-arquitectónico, cultural y social, ha sufrido deterioro en sus construcciones en los últimos años. Se han conjuntado esfuerzos para su rescate y conservación, realizando una remodelación en todo el sector histórico que se conforma por la colonia Villa de Seris, la Plaza Zaragoza, Plaza Alonso Vidal, Jardín Juárez, parque Madero, el Cerro de la Campana, así como la remodelación del área de palacios, la construcción de la Plaza Bicentenario, rehabilitación de las banquetas de la calle Obregón, la Plaza Hidalgo y las fachadas de los comercios que integran el centro comercial urbano (Diagnóstico Implan Hermosillo 2013).

9.2. Áreas naturales protegidas

9.2.1. Zona Arqueológica La Pintada

La Pintada es una zona arqueológica que se encuentra ubicada en el municipio de Hermosillo, misma que es objeto de protección, conservación y mantenimiento; es importante destacar que posee una de la más grande exhibición de arte rupestre conocida en el estado de Sonora; yace en el extremo noroeste de una serranía que tuvo mucha resonancia en el siglo XVII, ya que detuvo la colonización española por muchos años. Lugar donde se dieron cita durante mucho tiempo indígenas que dejaron testimonio de su vida espiritual y material en pinturas en forma de animales, figuras geométricas y muchos símbolos que sólo los artistas que las crearon podrían expresar su verdadero significado. Se comenta que estas fueron hechas sobre las paredes rocosas en uno de los muchos cañones que forman el macizo del Cerro Prieto que antiguamente era conocido como el Cajón de la Cara Pintada. Además, cuenta con abundantes depósitos de agua, que invariablemente en el pasado prehistórico la conservaban todo el año, junto con una variedad de árboles y plantas silvestres contrastando con lo desértico del lugar y una gran variedad de animales.

De acuerdo a estudios arqueológicos, La Pintada venía siendo una barrera natural entre los indígenas Seris y Pimas. En lo que se refiere a las pinturas, la mayoría son atribuibles a los Seris o Kunkaaks, ya que ellos estaban en un nivel de cazadores-pescadores-recolectores y a través de ellas trataron quizás de influenciar la mejor y fácil obtención de sus alimentos, ideas que sobreviven aún en nuestros tiempos, por esta razón muchas veces los animales presentan flechas en el cuerpo. Su antigüedad no ha sido establecida pero pueden remontarse a cientos de años. Las pinturas esquemáticas están sobrepuestas a pinturas más antiguas. Las pinturas naturalistas y semi naturalistas sobrevivieron hasta tiempos históricos, patente esto por las numerosas figuras de caballos, jinetes y vacas que sólo pudieron ser conocidos hasta el siglo XVI con la llegada de los españoles (Diagnóstico Implan Hermosillo 2012-2015).

En la actualidad este sitio no se encuentra abierto oficialmente al público, y es muy visitado por habitantes del estado de Sonora, lo que no permite una regulación correcta y apropiada del mismo; en estos últimos años se ha venido estudiando la afluencia de visitantes que presentan irregularidades y mal uso del área.

El Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) consiente de su responsabilidad en la protección del patrimonio cultural ha llevado a cabo acciones tendientes a la protección del sitio, sin embargo han sido insuficientes. Para esto es necesario que exista una cooperación entre los tres niveles de gobierno, iniciativa privada, asociaciones civiles, investigadores, entre otros, que ejecuten un Plan de Manejo que regule, supervise y establezca las normas necesarias para la conservación de este preciado patrimonio.

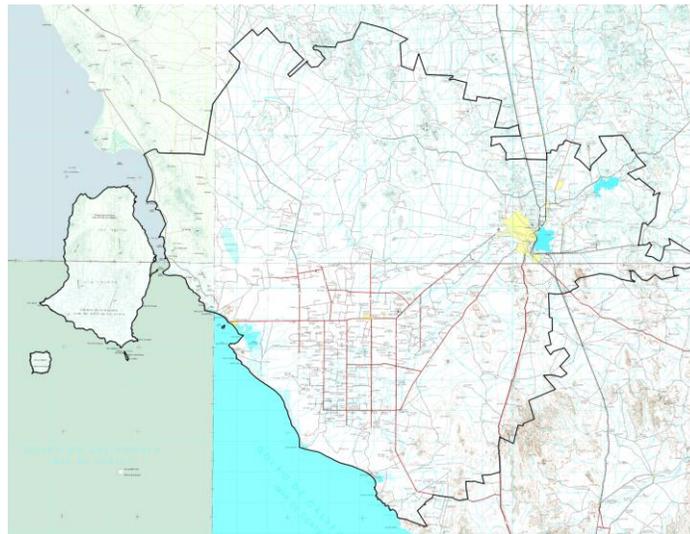
10. Identificación de áreas sensibles de protección ambiental y paisajística, así como de las limitaciones y condicionantes para su aprovechamiento turístico

En el marco de conservación ambiental, el espacio geográfico de Hermosillo cuenta con un área de protección de carácter estatal en el área que conforma el sistema de presas “Abelardo Rodríguez Lujan –El Molinito”, decretado en el Boletín Oficial del 3 de febrero de 1994, consultado Instituto Nacional de Ecología (2007) con la finalidad de conservar los elementos naturales indispensables para el equilibrio ecológico y el bienestar general.

La Isla Tiburón es considerada la más grande de México, con una superficie de 120,800 hectáreas, se localiza frente a las costas de Sonora y pertenece al municipio de Hermosillo, cuyo acceso es a través de lancha de motor desde Punta Chueca, comunidad perteneciente a la etnia Seri. Posee una gran biodiversidad, motivo por el cual es una Reserva Especial de la Biosfera, declarado el 15 de marzo de 1993 como Reserva Natural y el 11 de febrero de 1975 se publica en el Diario Oficial de la Federación el decreto de cesión a la etnia Seri como propiedad comunal. Además forma parte de la protección de las islas del Golfo de California, decretado el 2 de agosto de 1978, posteriormente la reserva pasa a la administración de la SEDUE, asignando el nombre de Reserva Especial de la Biosfera (Reserva Especial de la Biosfera 1975, consultado en el Instituto Nacional de Ecología, 2007).

Imagen No. 1

Cartográfica de la Carta Topográfica Escala 1.250 000



Fuente: INEGI (2014).

El sitio arqueológico La Pintada localizado a 50 kilómetros al sur de Hermosillo en la Sierra Prieta, es un espacio de arte rupestre, el cual era considerado como una barrera natural entre Seris y Pimas. En este sitio se pueden apreciar imágenes de

figuras geométricas, personas y animales sobre la roca, también existen otras imágenes que solo el autor las podría descifrar (INAH Sonora, 2010).

Imagen No. 2

Sitio arqueológico de La Pintada



Fuente: INAH Sonora (2013) Imágenes del sitio arqueológico de La Pintada.

Debido a los enemigos naturales (problemas de erosión, el clima, la lluvia y el defecar de las aves) y los generados por la mano del hombre (vandalismo, grafitis, práctica del tiro al blanco en las pinturas) el INAH Sonora permanentemente realiza proyectos de restauración en el área de La Pintada.

Imagen No. 3 Sitio arqueológico de La Pintada



Fuente: INAH Sonora (2010) Imágenes del deterioro que sufre el sitio arqueológico La Pintada.

Identificación de la problemática

En el área del sistema de presas Abelardo Rodríguez Lujan-El Molinito, no existe un programa de actividades para que los visitantes y residentes realicen prácticas de armonización con la naturaleza. En época de lluvias el sitio se encuentra muy concurrido por las familias que de manera autónoma realizan visitas para valorar el escaso almacenamiento de agua. Con la venta informal de alimentos chatarra que ahí se adjunta, se puede ocasionar problemas de contaminación del suelo y del agua principalmente.

La Isla del Tiburón cuenta con el desarrollo de visitas controladas por la etnia Seri, para que las personas tengan una corta estancia generalmente, tiempo en el cual pueden apreciar y respetar la flora y fauna in situ, aun cuando éste no es suficiente para optimizar estos recursos con una buena práctica de educación ambiental (Sonora Turismo/ CIAD, visita con docentes universitarios del Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora, 2009).

Debido a los daños que ha sufrido el arte rupestre de La Pintada, solo se puede lograr el acceso al área núcleo con la visita programada y guiada por parte del personal del Centro INAH Sonora. Esta situación limita a la comunidad para apropiarse de la identidad y valor del patrimonio, además de que los turistas abandonan el destino de Sonora con la inquietud de descubrir el enigma de cómo los ancestros plasmaron sus dibujos en partes elevadas y planas, como es el

ejemplo del Panel Principal del Cañón (Proyecto de Restauración y Conservación, 2010).

11. Mercados (actuales y potenciales)

Conocer los mercados de una ciudad permite al proponente un acercamiento hacia el movimiento interno de la urbe, reflejo de la modernidad y cultura que la historia ha plasmado y desarrollado en la región. Con una sociedad cambiante y una población creciente, los gustos se especializan y diversifican en extensa forma, de tal manera que la tarea de los atractivos turísticos y culturales intenta incluir en su repertorio una oferta enfocada y visualizada a un gran grupo de personas que se encuentren en ciertos rangos de edad, nivel socioeconómico, gustos generalizados o gustos de un grupo en específico, mismos que se tomarán en cuenta para la realización de eventos, planes o desarrollos de la urbe, conociendo así una parte del mercado al que irán dirigidos.

La población del municipio sede denota la primera pauta de observación para la puesta en marcha de planes turísticos, pues es el mercado más cercano y factible aquel que, de fondo, sustentará, mantendrá y dará seguimiento al proyecto a realizar, de igual manera, plantea la estructura sobre la que se edificará una idea de atracción diversificada. Así, a manera de acercamiento, se toma en cuenta como primer punto de identificación una serie de rangos de edad y la cantidad de habitantes que se categorizan dentro de tal.

Cuadro No. 22

Número de habitantes por rango de edad (desde los 5 años de edad en adelante) 2010

Rango de edad	No. de habitantes
5 a 9	73,533
10 a 14	73,473
15 a 19	74,891
20 a 29	135,953
30 a 39	124,210
40 a 49	113,727
50 a 59	64,763
60 y más	59693

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010, portal web INEGI

Ahora, considerando que esta base deberá tener ciertas características socioeconómicas establecidas para unificar aún más el supuesto a materializarse, de acuerdo al apartado “Regiones Socioeconómicas de México”, indica que, en el municipio, según las áreas geoestadísticas básicas, los niveles de bienestar¹ en relación con lo porcentual del total de población son (INEGI, 2010):

¹ En palabras de la Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial del D.F. (PAOT) a través de su portal web, el nivel de bienestar se define como “la caracterización de las divisiones político administrativas del país, hecha por INEGI, a través de la síntesis de los múltiples aspectos que captó el XII Censo de Población y Vivienda del año 2000 (educación, salud, ocupación, vivienda, servicios a la vivienda, acceso o no a bienes duraderos, etc.) para encontrar la similitud en lo diverso (por ejemplo, el mismo grado de desarrollo socioeconómico que presentan distintos municipios, pese a su dispersión geográfica a lo largo y ancho del país) y después el lugar que ocupa ese conjunto de similares con respecto a otros conjuntos en cuanto a su nivel de desarrollo o bienestar (ordenamiento de estratos desde el mayor nivel hasta el menor nivel).”

Cuadro No. 23
Nivel de bienestar y porcentaje correspondiente,
tomando en cuenta las áreas geoestadísticas básicas 2010

Nivel	% Población	Total de AGEBs
7	35.95	102
6	45.32	106
5	3.04	27
4	9.12	38
3	6.04	66
2	.14	6
1	.39	37

Fuente: *Regiones Socioeconómicas de México – INEGI*

La llegada de pasajeros a los aeropuertos indica una clara oportunidad de aprovechamiento para la promoción y venta de servicios de alojamiento y recreación. Del mes de enero a septiembre del 2013, la llegada de pasajeros al aeropuerto Internacional de Hermosillo suman 476,265, un incremento del 2.8% en comparación con el acumulado del 2012 durante el mismo período. A su vez, de esta misma cantidad, 453,769 corresponden a vuelos nacionales y 22,496 a internacionales.³

A través de las encuestas realizadas a aquellos prestadores de servicio en su aspecto de consumidores como de pequeños o medianos empresarios, se destacó el crecimiento de Hermosillo y del comportamiento que el consumidor adoptado con la iniciativa privada, más su lado complementario, la satisfacción sobre la diversificación de servicios y atractivos se mantuvo por debajo del margen aceptable, teniendo como un acierto por una buena parte de los entrevistados sobre el nivel de competitividad que Hermosillo puede lograr frente a otros destinos de parecidas características.

Cada celebración o evento es una oportunidad que presentan los destinos para lograr atraer una mayor cantidad de visitantes, mismos que impactarán en la economía del ramo turístico. Es así, que organizaciones públicas y privadas se esfuerzan a través del año por ofrecer eventos diversificados y atractivos, que puedan captar de alguna forma u otra la atención de los locales o visitantes.

² Consultado en el portal web del INEGI el día 28 de Enero del 2014.

³ Tomado de DATATUR: Llegada de pasajeros por aeropuerto.

Cuadro No. 24

Eventos realizados en la ciudad y considerados como potenciales para la atracción de nuevos visitantes 2014

Situación o evento	Mes de realización	Motivo o actividad a realizar	Público que asiste
Fiestas de la candelaria	Febrero	Festejo dedicado a la Virgen de la Candelaria en el antiguo barrio de Villa de Seris	Familiar
Un desierto para la danza	Abril	<i>Performance</i> artístico de grupos de danza con invitados internacionales.	Jóvenes adultos a adultos mayores
Vacaciones de semana santa y semana de pascua en Bahía de Kino	Abril	Visita a la playa de Hermosillo con fines de recreación y diversión.	Jóvenes
Expogan	Abril-Mayo	Exposición ganadera con atractivos musicales y juegos.	Familiar
Fiestas de la vendimia	Junio-Julio	Llevada a cabo en el poblado Miguel Alemán en alusión a la uva.	Familiar
Año nuevo Seri	Junio	Celebración de año nuevo para la tribu Seri.	Jóvenes adultos y adultos mayores
Festival internacional de cine en Sonora	Noviembre	Presentaciones de piezas cinematográficas de alcance local y nacional.	Jóvenes adultos y adultos mayores

Fuente: *Elaboración propia (2014).*

12. Comunicación y Promoción

Informe de Gobierno (2013) hace referencia al incremento de la derrama económica para el municipio de Hermosillo, a través de la promoción turística del destino, tanto a nivel nacional como internacional, estos servicios se promueven a través de los organismos gubernamentales, la Oficina de Convenciones y Visitantes (OCV) y los Módulos de Información Turística en Hermosillo, operados por InfoMéxico, además de las Cámaras y Asociaciones Empresariales. Destacando como dato cuantitativo el período de vacaciones de Semana Santa del 2013, registrándose la afluencia de 337,245 visitantes en los diversos puntos turísticos de Hermosillo, siendo Bahía de Kino el lugar de más visitado con más de 84 mil turistas.

Asimismo menciona que se hace uso de los medios de comunicación para proyección de las actividades de fomento y promoción turística, a través de importantes medios de comunicación y la participación en distintos eventos tales como:

- Alianza con Telemundo Arizona para el desarrollo del programa En Movimiento.
- Evento denominado La Marcha de las Catrinas, junto al concurso de Altar de Muertos; una forma de rescatar las tradiciones culturales en la que participan hoteles, universidades, corredores culturales, artesanos y agencias de viajes, entre otros.
- Junto a Canirac Hermosillo, se realizó la quinta edición del Festival de Jazz y Cerveza.
- Asistencia y participación oficial ante medios de comunicación por la apertura de la nueva ruta de Volaris, Hermosillo-Culiacán, Culiacán-Hermosillo que busca la cercanía y los medios de mejora para el apoyo del constante intercambio económico, social y turístico entre ambas ciudades.
- Como promotores del turismo, se fomenta el incremento de líneas y vuelos como American Airlines, el vuelo Hermosillo-Dallas-Hermosillo y el lanzamiento de la nueva ruta aérea de Las Vegas-Puerto Peñasco-Hermosillo.
- En coordinación con la Asociación de Guías y la Cofetur, se organizó la segunda edición de Expo Tu Guía 2012.
- Evento de Inauguración Tap Royal International a Estados Unidos que ofrece la compañía operadora de autobuses LLC.
- Participación con el Trolebús y prestadores de servicios turísticos en el desfile navideño de payasos.
- Como Ayuntamiento se participa de manera activa en la organización y operación del programa Bienvenido Paisano en los períodos vacacionales de invierno y verano. Esta acción se coordina con diversas dependencias de los tres niveles de gobierno como el Instituto Nacional de Migración y 21 dependencias más como Seguridad Pública, Derechos Humanos, Cruz Roja, Caminos y Puentes Federales, entre otras, quienes fueron los encargados de informar a los connacionales sobre trámites, servicios y derechos que deberán exigir en todo su recorrido por nuestro país.

Por otra parte, señala como herramientas de promoción turística del Ayuntamiento, desde hace ocho años, el Trolebús que ha venido dando servicio de promoción y atención turística, beneficiando a la población de Hermosillo y a visitantes nacionales y extranjeros. Se registraron 431 recorridos durante el año 2013, atendiendo a más de 7,600 personas; este servicio surgió con el propósito de dar a conocer el destino turístico con todas las bondades y bellezas de Hermosillo. Cabe destacar que en el período de Semana Santa por primera vez se incluyó en el recorrido visitas a ramadas yaquis para conocer las costumbres de la etnia. Además este servicio se proporciona en escuelas, organismos e instituciones que manejan apoyos sociales y que requieren descuentos; en algunos casos, para apoyar sus actividades se ofrece el servicio sin costo.

Igualmente, el informe de gobierno cita otras formas de promoción turística a través de la coordinación con la OCV, Cámaras y Asociaciones Empresariales (Canirac, Asociación de Hoteles y Moteles de Sonora, Asociación de Guías y Anfitriones

Turísticos, Taxis) y todas se apoyan de páginas web, lo que permitió establecer una alianza comercial con InfoMéxico, teniéndose como resultado el diseño y distribución de un mapa turístico de la ciudad capital, además de presencia constante por medio de módulos de información turística, reportando en sus informes 59,698 personas atendidas tanto nacionales como internacionales.

Esta alianza ha permitido tener presencia en eventos deportivos y culturales como la Serie del Caribe, con la realización del Festival Desierto y Caribe, cuya afluencia estimada de visitantes nacionales y extranjeros fue de aproximadamente 20 mil personas, quienes pudieron degustar comida típica en el Corredor Gastronómico con 21 stands, logrando una afluencia aproximada de 10,500 visitantes; además se otorgaron recorridos gratuitos al Cerro de la Campana, donde se beneficiaron a 3,150 ciudadanos.

Por su parte, la Serie del Caribe tuvo más de 100 millones de espectadores; asistieron al evento representantes de Venezuela, República Dominicana y Puerto Rico, dejando una derrama económica para el municipio aproximada de 25 millones de dólares y con una afluencia de más de 6 mil visitantes a la ciudad, con una asistencia promedio diaria de 15 mil aficionados en el estadio Nuevo Sonora. A un mes del evento el país que más información busco sobre Hermosillo fue Venezuela y la mayoría de las búsquedas respondían a las palabras claves: “Hermosillo Turismo”.

En las Fiestas del Pitic 2013, se contó con una afluencia promedio de 280 mil visitantes y dentro del Corredor Gastronómico se tuvo una afluencia de aproximada a 150 mil personas, dejando una derrama económica estimada en más de 15 millones de pesos, gracias a la participación de 52 restaurantes con variedad de comida, regional, nacional e internacional, mismos que fueron supervisados por la Secretaría de Salud y Protección Civil, que buscó brindar a los visitantes toda la seguridad posible. La ocupación hotelera alcanzó el 80 por ciento. Una de las acciones fundamentales de la promoción de Hermosillo como destino, ha sido, en coordinación con la OCV, atraer eventos, congresos y convenciones a nuestra ciudad, en el entendido que el 80% del turismo corresponde a los negocios. En este sentido, se han realizado gestiones para lograr que más y mejores eventos tengan por sede nuestra ciudad, como la Asamblea de Presidentes de Valuadores A.C. (Fecoval) realizada en junio del 2013; Campeonato Nacional de Karate de la SKIF México, realizado del 11 al 13 de julio de 2013. Por otro lado, se logró ser sede de la Reunión Nacional de Economistas, donde participarán de más de 2 mil visitantes; así también del Hijas de la Revolución, en marzo del 2014 (Primer informe de Gobierno 2012-2013).

Se efectuaron diversas actividades de promoción y apoyo al destino como: El Kino Bike, con participación de 300 ciclistas y 1,500 visitantes; el Torneo de Pesca Deportiva en Bahía de Kino con más de 50 embarcaciones; la Concentración de Motociclismo con más de 450 motociclistas; Expo Sonora Turismo de Aventura; Primer Festival Country y participación en el IV Foro Nacional de Destinos Turísticos (Primer informe de Gobierno 2012-2013).

Respecto a la opinión de los prestadores de servicios turísticos que participaron a través de la encuesta, evaluaron con un 85% la promoción utilizada para dar a conocer el destino como regular y mala; el 57.1% consideró que la misma no permite que el destino sobresalga en relación a otros del mismo tipo.

Con relación a los medios que utilizan, el 90% respondió apoyarse de las redes sociales para dar a conocer su producto o servicios, así como también lo hace de manera directa o personalizada y a través de volantes y en los diferentes medios de difusión. Algunas propuestas que sugieren para mejorar la promoción del destino son: mantenimiento del sistema carretero y la señalética, participar en ferias y exposiciones nacionales e internacionales, mejorar la imagen en el extranjero y, diseño y elaboración de videos promocionales que motiven a vivir experiencias de viaje.

Problemática detectada:

- Falta de un programa estratégico de marketing turístico.
- Falta de un plan de desarrollo integral turístico del municipio.
- Nula participación o participación poca efectiva en ferias y exposiciones turísticas.
- La parte costera no es beneficiada como parte importante del municipio.
- Mejorar las herramientas promocionales actuales y diseñar videos efectivos que incentiven a visitar el municipio.
- Coordinación entre los tres niveles de gobierno para potenciar a Hermosillo como la capital de recintos feriales del noroeste de México.

13. Comercialización

Las actividades que se desarrollan, en forma indirecta, en materia de comercialización de los productos y servicios que ofrece la ciudad, son a través de los organismos de la Oficina de Convenciones y Visitantes (OCV) e InfoMéxico.

El primero de ellos es un organismo sin fines de lucro, encargado de realizar la promoción turística de la ciudad. Su enfoque principal es la atracción y realización de nuevos congresos, convenciones, ferias y exposiciones que generen afluencia de visitantes nacionales y extranjeros a Hermosillo.

Otorga apoyo gratuito para promoción, logística, publicidad, asesoría y gestión. La OCV de Hermosillo es una Asociación Civil que fue creada mediante un fideicomiso conformado por iniciativa privada (hoteleros), Gobierno Estatal y Municipal.

Las estrategias utilizadas para llegar a los turistas y organizadores de eventos son: campañas publicitarias, petición de congresos y exposiciones ante comités organizadores, visitas directas a clientes locales, regionales, nacionales e

internacionales, participación en ferias y eventos del sector turismo (Oficina de Convenciones y Visitantes, 2012).

En igual forma InfoMéxico por medio de su compañía hermana InfoPantallas se dedica a distribuir pantallas plasma en los sitios de interés popular, para promover a través de publicidad a las empresas que soliciten este servicio.

La dinámica de infopantallas consiste en colocar el producto en cada uno de los módulos de información turística (en cualquiera de sus ubicaciones), como también dentro de los principales establecimientos de hospedaje, donde se ofrecerán spots de 20 segundos, el cual podrá ser visualizado por los locales y turistas ahí presentes (Info México, 2012).

En cuanto a la opinión de los prestadores de servicios encuestados, aproximadamente el 73% manifiesta que cuentan con un canal de venta directa o personalizada de los productos y/o servicios que ofrece, utilizando generalmente las redes sociales porque le resultan más efectivas.

Problemática detectada:

- Debilidad en las páginas web (opción de otros idiomas y más dinámica e interactiva).
- Ausencia del destino en eventos nacionales e internacionales.
- Falta de un clúster por segmento de mercado.

14. Identificación y análisis de las TIC's disponibles y utilizadas en el destino, como instrumento y herramientas de soporte para la modernidad

Portal de internet del destino e información actualizada

En la actualidad, a nivel nacional, estatal y municipal, se cuenta con tres páginas de carácter oficial para promover el destino, tales como: "www.visitmexico.com", "www.sonoraturismo.gob.mx" y "www.ocvhermosillo.com". Los portales describen de lo general a lo particular, las cualidades de aprovechamiento turístico de las diferentes locaciones en sus aspectos varios, refiriéndose desde actividades de tipo eco turísticas hasta centros de diversión diurna y nocturna y espacios de alojamiento, así como un acercamiento a lo culinario. En lo que respecta al segundo y tercer sitio antes mencionado, representan un acercamiento más contextual a Hermosillo como destino turístico; su contenido pretende abarcar puntos de interés diversos para que el turista se mantenga informado sobre las diversas opciones, sin embargo, las actualizaciones de estas páginas no se encuentran bajo la constante renovación y relevancia de los hechos de la ciudad, así como de las aperturas de nuevos centros de diversión y consumo (alimentos y bebidas) y mientras se describe de manera breve al municipio (ciudad, zona rural y costa) las opciones reales van

más allá de lo recabado y mostrado en los portales (Visit México, Sonora Turismo y Oficina de Convenciones y Visitantes de Hermosillo, 2013).

En marketing, existen ciertas características que debe cumplir una página web para hacerla atractiva, permanecer activa en el gusto de los usuarios y sobre todo dar resultados (Kotler, 2011); de acuerdo a los criterios establecidos, se diseñó una lista de verificación para evaluar las páginas en cuestión:

Cuadro No. 25
Hermosillo: Criterios de evaluación de páginas web 2014

CARACTERÍSTICAS	SITIOS WEB DE TURISMO EN MEXICO		
	www.visitmexico.com	www.sonoraturismo.gob	www.ocvhermosillo.com
1. Es visual y gráficamente atractiva.	Cumple	Cumple	Cumple
2. Proporciona información actualizada y correcta sobre el destino.	Cumple	No Cumple	Cumple
3. Es interactiva.	Cumple	No cumple	Cumple
4. Cuenta con chat y anima a los usuarios hacer comentarios.	No cumple	No cumple	Cumple
5. Permite efectuar reservas on-line.	Cumple	No cumple	No cumple
6. Lleva a cabo la promoción adecuada para atraer al turista de paso por medio de ofertas atractivas, herramientas interactivas (información meteorológica, mapas de carreteras, guías de ocio) y utilizando "banners" para la creación de una imagen de marca.	Cumple	No cumple	Cumple
7. Proporciona un teléfono 01 800 (gratuito para información).	No cumple	No cumple	No Cumple
8. Obtiene información para llevar a cabo campañas de correo electrónico directo. Se crean bases de datos con los nombres y direcciones de los clientes actuales y potenciales que visitan las páginas y solicitan información adicional.	No Cumple	No cumple	No cumple

Galán, Ochoa y Montaña (2014). La tabla muestra un análisis de las páginas web en las que se promociona el destino Hermosillo, Sonora, en base a las ocho características mínimas que debe de contener una página web de índole turística.

De manera general, el sitio www.sonoraturismo.com, en el caso específico de Hermosillo, muestra una reducida variedad de oferta de hospedaje y un nulo registro

en la categoría de restaurantes, bares y hospitales; sólo acerca al visitante a un ambiente de conocimiento superficial sobre el destino, a través de una lista reducida de opciones y solo con algunas ligas o *links* que guíe hacia una información más detallada sobre las opciones de consumo, alojamiento y recreación; por lo que a la par con las tecnologías disponibles para el *web development*, los sitios de internet se encuentran en un detenimiento y carecen de seguimiento en su desarrollo para alcanzar un atractivo visual e informativo para los mercados potenciales a nivel regional, estatal, nacional e internacional.

Acceso a internet en sitios públicos

La tecnología móvil se ha convertido en un puente fundamental en la conectividad social y personal para los individuos, a través del aprovechamiento del internet y sus herramientas. Mientras las telefónicas ofrecen servicios y paquetes de datos para la conexión a internet en dispositivos móviles, existe y prevalece aquel mercado donde se prefiere e incluso solo se tiene acceso a la web con el servicio de internet inalámbrico WiFi.

El proveedor de servicios Telmex (2014), a través de su servicio Infinitum Móvil, ofrece el acceso a internet⁴ inalámbrico por medio de routers en 51 locaciones de la ciudad.

Cuadro No. 26

Listado de lugares públicos que ofrecen WiFi en la ciudad 2014

1. Vips Hermosillo II	20. Universidad de Sonora y Facultad de Medicina	39. Centro de Usos Múltiples CUM
2. Universidad Tercer Milenio, Unidad Hermosillo	21. Mc Donalds Hermosillo Kino	40. Starbucks Blvd Rodríguez
3. Casa de la Cultura de Hermosillo	22. UNIDEP Hermosillo 2	41. Dominos Satélite
4. Casa de la Cultura de Hermosillo	23. Sanborns Hermosillo	42. Hospital General Del Estado
5. CRIT Sonora	24. Aeropuerto Hermosillo	43. Corredor Hidalgo
6. Mc Donalds Hermosillo Pitic	25. Vips Hermosillo	44. HIES Reforma
7. Hotel Holiday Inn Hermosillo	26. Universidad Tecnológica Hermosillo	45. Hospital Ignacio Chávez
8. Cinépolis Hermosillo	27. Mc Donalds Hermosillo Satélite	46. Estadio Béisbol Espino-Naranjeros
9. Bocatto Hermosillo	28. Restaurante Xochimilco Hermosillo	47. Bocatto La Campana
10. California Hermosillo	29. UNIDEP Hermosillo 3	48. Plaza Villa de Seris
11. KFC Hermosillo I	30. Fook Lam Moon Hermosillo	49. Mc Donalds Plaza del Sol
12. Plaza Sendero Hermosillo	31. KFC Hermosillo Encinas	50. MMCinemas Encinas
13. Starbucks Pitic Hermosillo	32. Parque Infantil DIF Sonora	51. Deportiva Ley 5
14. KFC Hermosillo II	33. Centro de Estudios Superiores de Sonora CESUES	
15. Parque Bicentenario Hermosillo	34. Plaza Diana Laura Riojas	
16. I.T.H. Bicentenario (Parque Madero)		

⁴ El acceso se da por medio de un usuario y contraseña que Telmex otorga a sus usuarios en su servicio de telefonía residencial, sin embargo, se da el caso del acceso por tiempo determinado a público en general.

- | | |
|------------------------|------------------------------|
| 17. KFC Hermosillo Sur | 35. Estadio Héctor Espino |
| 18. UVM Hermosillo | 36. Dominos Pitic |
| 19. KFC Hermosillo III | 37. Universidad Kino |
| | 38. Mc Donalds Nogales Greco |

Fuente: Telmex (2014), a través de su servicio Infinitum Móvil.

En una revisión de los lugares donde se da esta facilidad de acceso, se observó que la mayoría de los potenciales y más emblemáticos puntos turísticos de la ciudad carecen de la infraestructura, dejando apartado a una gran variedad de locaciones de la “auto-promoción” que los turistas realizan a estos sitios mediante las publicaciones en redes sociales, incluso esta herramienta puede ser aprovechada mediante el seguimiento por parte del personal encargado de promoción del sector turismo, de tendencias actuales de comunicación, tales como hashtags o las fotos con geolocalización.

Indicadores de localización del destino

La localización geográfica de Hermosillo es una de las ventajas competitivas que tiene ante el contexto de la globalización, principalmente para los mercados comerciales de los Estados Unidos de Norteamérica (E.U.A) y de Oriente. Por la carretera Federal 15, la ciudad capital se localiza a una hora del puerto de Guaymas, Sonora; a tres con la frontera de E.U.A y a cuatro de Tucson, Arizona. Por medio del Aeropuerto Internacional “General Ignacio Pesqueira”, Hermosillo se encuentra a una hora de Phoenix, Arizona, a dos de Los Ángeles, California y a dos de Dallas, Texas. (Sonoraes, 2014).

Imagen No. 4

Hermosillo: Localización del destino en México 2013



Fuente: Wikimedia Commons (2013). Coordenadas: 29°5'44"N110°57'3"O. Código Postal: 83000, Prefijo Telefónico: 662

Aplicaciones turísticas para móviles - guías comerciales, teléfonos de interés

Mientras las tecnologías de información se renuevan con frecuencia, la nueva tendencia indica un mayor uso desde dispositivos móviles (smartphones y tablets)⁵, mismos que requieren una adaptación y reestructuración por parte de los desarrolladores web para la optimización del acceso al contenido. También, se da el caso que las aplicaciones o apps nativas para los sistemas operativos: iOS, Android y Windows Phone, son las herramientas más utilizadas para el acercamiento al potencial del consumidor.

En este ámbito, Hermosillo cuenta con una aplicación llamada “HMO Móvil”, dedicada al sistema operativo iOS, utilizado en dispositivos iPhone, iPod y iPad, pero se carece de un desarrollo amplio de la citada herramienta, ofreciendo opciones limitadas y con una sola actualización que data del mes de julio del 2012 y dedicada a corregir errores de diseño y mejora de imagen. Por lo tanto, aunque la propuesta constituye una excelente y potencial fuente de información y una mejora urgente y necesaria para que los datos no se transformen en desinformación y exista así un desinterés. La propuesta de “HMO Móvil” unificada con las anteriores observaciones y constantes actualizaciones, permitirían colocar a la ciudad y al estado como innovadores en este tipo de TIC’s.

Recalcando de nuevo el cambio de las tecnologías, es posible tomar como ejemplo la herramienta de información utilizada hace pocos años en los sitios históricos de algunas ciudades, donde por medio de los sms o “mensajes de texto” era posible extender la información del lugar visitado. Ahora bien, en fechas actuales es más factible el hecho de acceder a tal información por medio de los QR bars, que a través de una búsqueda visual desde el móvil, dirigen al usuario a la información precisa del atractivo.

Hits de visitas al portal del destino

El número de hits se encuentra en un creciente desuso dado que su valor no es significativo para interpretar la evolución del tráfico web de un site. La información contenida en las páginas web del destino debe ser relevante y oportuna para los usuarios, así mismo mostrar una interfaz amigable y otorgar promociones que hagan que el interesado regrese.

Se entiende que por razones publicitarias, las páginas del destino no contengan un contador de visitas, pero existen herramientas de búsquedas que se pueden utilizar para medir la incidencia de una determinada búsqueda. La herramienta web de Google “tendencias de búsqueda”⁶ marca a la página web, www.sonoraturismo.com

⁵ Fuente: Danyl Bosomworth (Junio, 2013), Statistics on mobile usage and adoption to inform your mobile marketing strategy. Portal web: www.smartinsights.com. Comparación del uso de los dispositivos móviles (Smartphone), Tablet y PC (computadoras de escritorio); entre el primer cuarto del 2012 y 2013, con un aumento del 11.37% al 21.02%.

⁶ Herramienta de Google <http://www.google.com.mx/trends>

con un ranking por debajo del mínimo requerido para la muestra, es decir que el volumen de búsquedas no es lo suficientemente elevado; sin embargo, reorientando la búsqueda con los siguientes criterios:

REGIÓN: México

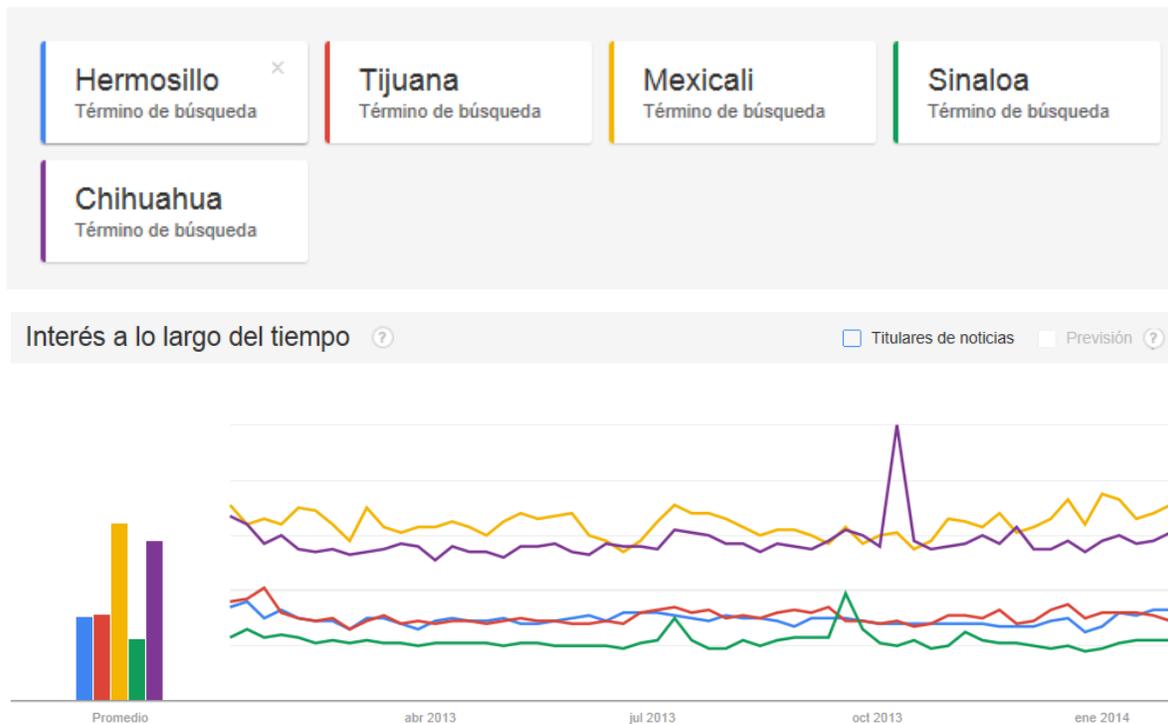
FECHA: 2013-2014

TODAS LAS CATEGORÍAS: éstas engloban viajes, arte, alimentación, tecnología, tiempo libre, belleza, salud, ciencia, casas, automóviles, etc.

TÉRMINO DE BÚSQUEDA: Hermosillo+Tijuana+Mexicali+Sinaloa+Chihuahua
Nos arroja la siguiente gráfica:

Gráfica 13

Hermosillo: Rankin de búsquedas del destino. 2013-2014



Fuente: Herramienta Google Trends. La búsqueda nos arroja que de enero del 2013 a enero del 2014, son Tijuana y Chihuahua los que con más frecuencia son buscados en la web.

Líneas telefónicas y móviles

La Oficina de Convenciones y Visitantes (OCV) de Hermosillo es el organismo encargado de promocionar a la ciudad como un destino de conectividad y potencial para la organización y planeación de micro y macro eventos, por lo que en su portal web difunde los siguientes números telefónicos:

- 01 (800) 822-4944
- 662-285-5050

- 662-285-5946

Por su parte, la Comisión de Fomento al Turismo del Estado de Sonora (COFETUR) hace lo propio, a través de su página institucional, del siguiente número telefónico (01) 662-289-5800 y su dirección “Comonfort y Paseo del Canal, Edificio Sonora, 3er nivel. Hermosillo, Sonora”:

Cuadro No. 27

Hermosillo: Oficinas que cuentan con el servicio de líneas Telefónicas al servicio del visitante 2013

Oficina o Dependencia	Teléfonos de contacto
Oficina de Convenciones y Visitantes de Hermosillo (OCV)	01(800) 822-4944 662-285-5050 662-285-5946
Comisión de Fomento al Turismo del Estado de Sonora (COFETUR)	662-289-5880

Fuente: OCV (2013) y COFETUR (2013). Teléfonos de contacto para brindar el servicio a visitantes.

Así mismo:

Cuadro No. 28

Hermosillo: Líneas telefónicas de emergencia 2013

Cruz Roja	Bomberos	Policía	Línea Ciudadana
066	066	066	089

Fuente: La página del gobierno municipal www.hermosillo.gob.mx, contiene líneas telefónicas de emergencia.

Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico

De acuerdo a las cifras reportadas por la Secretaría de Economía, México es actualmente el cuarto exportador de servicios de tecnología de la información a nivel mundial. Se estima que el crecimiento anual de las exportaciones de este servicio y Business Productivity Online Standard Suite (BPO's) fue de 19.5% en 2011, reportando ventas por 4,150 millones de dólares en el 2010 y de 4,960 millones de dólares en el 2011.

La industria aeroespacial en México

En México el sector aeroespacial se encuentra en una fase de rápido crecimiento, el nivel de exportaciones se triplicó en tan solo 6 años y, en 2011, las exportaciones del sector alcanzaron los 4,337 millones de dólares (Sonora Industrial. Secretaría de Economía, 2013).

México ha logrado consolidarse como uno de los actores más importantes a nivel mundial del sector aeroespacial, teniendo un crecimiento de casi el 19% anual durante los últimos siete años. Actualmente, se cuenta con la presencia de 249 empresas y entidades de apoyo, en su mayoría certificadas por la National Aerospace and Defense Contractors Accreditation Program (NADCAP) y Estándar de Calidad para la Industria Aeroespacial (AS9100), repartidas principalmente en 6 entidades federativas y empleando a más de 31,000 profesionales de alto nivel. Fuente: Dirección General de Industria Pesadas y de Alta Tecnología (DGIPAT) con datos de la Dirección General de Calidad y Educación en Salud (DGCE). Según estimaciones del “Programa Estratégico de la Industria Aeroespacial” de la Secretaría de Economía, se espera que la industria tenga exportaciones de 12,267 md para el 2021, con un crecimiento medio anual del 14%.

La estrategia nacional tiene como enfoque convertir a México en un destino que atienda el ciclo completo para una aeronave, comenzando con el diseño e ingeniería de aeronaves, continuando con el proceso de manufactura de piezas y partes para aviones, el ensamble posterior de dichas piezas, el mantenimiento de aviones y por último el reciclado y/o conversión de aeronaves que han cumplido con su vida útil.

Estrategias regionales

Para el futuro desarrollo de la industria aeroespacial y de defensa, se están elaborando estrategias que definan la vocación de cada entidad federativa, para lo cual se deberá considerar las capacidades, la especificidad y los nichos industriales que ya existentes en las diferentes regiones de México. A continuación se presentan las regiones más importantes de la industria aeroespacial mexicana, de acuerdo con la Secretaría de Economía, a través de Pro México, inversión y comercio.

Estado de Sonora

Parte de las estrategias del estado se basan en el desarrollo de la cadena de proveeduría con un enfoque de innovación, principalmente en la fabricación de turbinas, así como en la generación de talento especializado en el tema con enfoque en las necesidades de la industria.

El estado planea seguir estrategias a corto, mediano y largo plazo que le permitan ser un líder mundial en la manufactura de turbinas, entre las acciones para lograr esto se encuentran: costos competitivos en toda la cadena de producción, el desarrollo de talento y un desarrollo de los administradores locales.

También se ha logrado la articulación de una Red de Institutos de Manufactura Avanzada y Aeroespacial, creando un corredor de capacitación en alta tecnología en los municipios de Nogales, Hermosillo y Guaymas; además se incorporaron las capacidades del Instituto Tecnológico de Nogales (ITN), Conalep e Instituto Tecnológico de Hermosillo (ITH) y sector industrial manufacturero.

Como parte de las estrategias para impulsar el desarrollo tecnológico y competitividad de Sonora, el Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología (COECYT) en seguimiento al convenio celebrado con la empresa Microsoft-México, lanzó una segunda convocatoria donde se consideran áreas de oportunidad en aplicaciones móviles, videojuegos, redes sociales y negocios en la nube para proyectos emprendedores basados en tecnologías orientadas a empresas de los sectores de tecnologías de información, Industria de manufactura y/o comercio.

Hermosillo

De acuerdo al Informe a Sonora (2013), se espera un aumento de mercado en la inversión extranjera directa, como el caso de la empresa FORD que en el 2012 invirtió 1,370 millones de dólares para la expansión de su planta en Hermosillo, con un incremento en la producción de 330 mil vehículos anuales a 443 mil para el año 2013. Cabe mencionar que la Planta de Estampado y Ensamble de Hermosillo es reconocida a nivel mundial en términos de calidad y productividad.

Puntos de información turística

El servicio de información turística en el municipio de Hermosillo se ofrece a través del uso de las TIC's y por medio de los cuatro módulos de información de "InfoMéxico", los cuales se ubican en puntos estratégicos de la ciudad: Centro Histórico, ubicado frente a la Plaza Zaragoza, Aeropuerto Internacional General Ignacio Pesqueira García, Central de Autobuses de Hermosillo y en la caseta de la cuatro carriles, ubicada en el kilómetro 15 de la carretera Hermosillo-Nogales.

Imagen No. 5

Hermosillo: Módulo de información InfoMéxico 2014



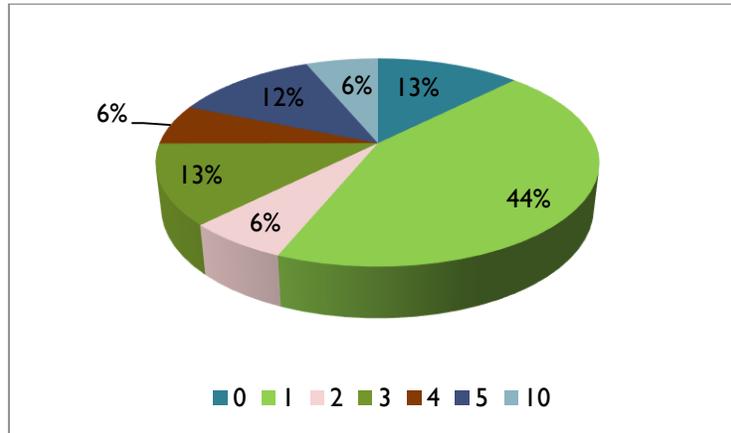
Fuente: propia (2014), ubicado en el boulevard, frente a la Plaza Zaragoza.

Es oportuno mencionar que en base a los resultados arrojados a través del instrumento aplicado para medir la competitividad del destino turístico, se identificó

que un 44% conoce la existencia de módulos de información, mientras que un 13% afirma que no existen, y otro 13% opina que están establecidos tres, solo el 6.0% considera que son cuatro los módulos y otro 6.0% piensa que son 10.

Gráfica No. 14

Hermosillo: Número de módulos de información turística existentes en el destino 2014



Fuente: *Elaboración propia (2014). Sólo el 6% tiene conocimiento de los cuatro sitios de información al turista.*

Sistema de información estadística del turismo

Para poder integrar la agenda de competitividad de Hermosillo como destino turístico del estado de Sonora, fue necesario consultar las fuentes de información tanto públicas y privadas para realizar un análisis de la información existente y conocer la situación del turismo en la ciudad, lo que permitió identificar que solo existen intentos aislados de los agentes estratégicos, empresas y gobierno por tener un sistema de información estadística del turismo.

Desde el ámbito nacional se pensó como una proveedora de información a la Secretaría de Turismo a través de DATATUR, como la responsable de dar a conocer los diversos destinos, factores, variables, esquemas para la investigación, extracción y acotación de información de interés turístico, sin encontrar datos específicos del destino a investigar.

En el contexto local no difiere de la realidad nacional, así lo expresaron en el grupo focal los representantes del sector turístico hermosillense, ante la pregunta sobre resultados y estadísticas de su actividad turística, a lo que consideraron que son de uso exclusivo del gremio, pero al momento que el gobierno las conoce señalan, solamente las utilizan para realizarles multas.

a) Análisis del uso de las TIC's para promocionar el destino

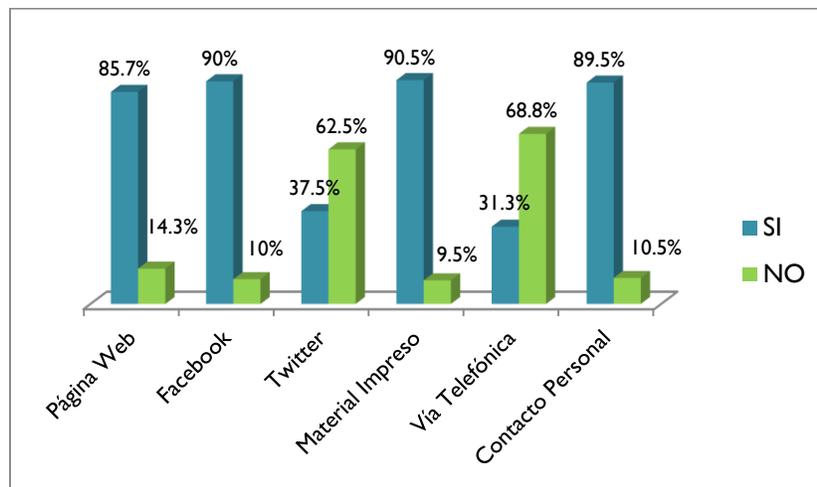
El sector turístico no podía quedarse atrás en el aprovechamiento y utilización de las nuevas tecnologías con el fin de darse a conocer como organismo promotor del

turismo en el país, ejemplo de ello son las páginas de internet (www.visitmexico.com, www.sonoraturismo.gob.mx y www.ocvhermosillo.com) como de la tecnología móvil que le permite estar en contacto directo con sus potenciales clientes en la difusión de sus paquetes turísticos.

Las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios ante la pregunta sobre el uso de las TIC's, permitió identificar que se promueven principalmente a través de medios impresos en un 90.5%, pero la diferencia es mínima con la utilización del facebook que alcanzó un 90%, y muy cerca le sigue la página web con un 85.7%, siendo el twitter el último pero no menos importante con un 62.5%, como lo describe la siguiente gráfica.

Gráfica No. 15

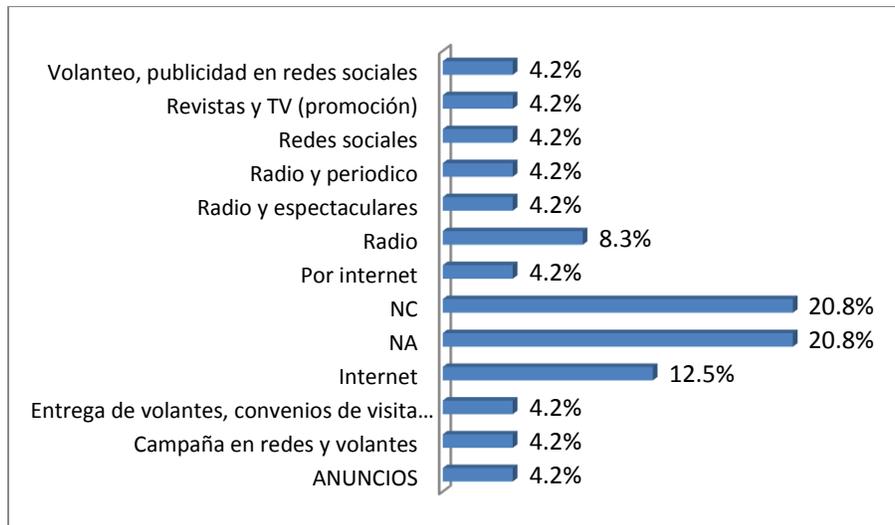
Hermosillo: Recursos utilizados para dar a conocer el producto/servicio 2014



Fuente: Elaboración propia (2014). Los recursos que más utilizan los prestadores de servicios turísticos, es el material impreso en un 90.5%; y el que menos utilizan es la vía telefónica en un 68.8%.

En cuanto a campaña de promoción que utiliza, el prestador de servicio señaló el internet con un 12.5%.

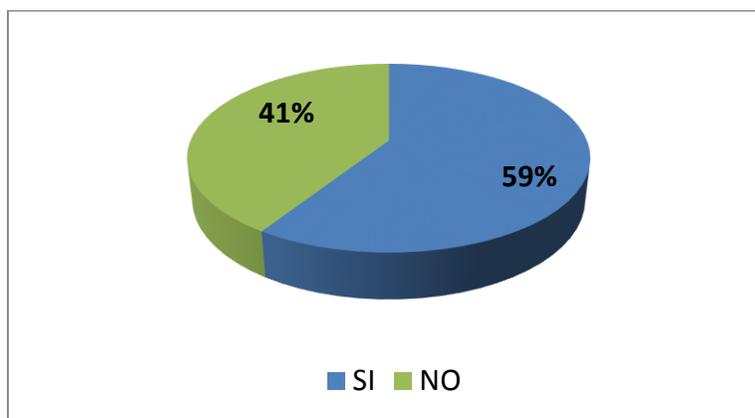
Gráfica No. 16
Hermosillo: Campaña de promoción que se utiliza 2014



Fuente: Elaboración propia. (2014). Internet es el medio que más utilizan los servidores del turismo en sus campañas de promoción.

El prestador de servicio respondió con un 59% al preguntársele si considera que la promoción de su destino vía medios de comunicación, le permite sobresalir con otros destinos del mismo tipo.

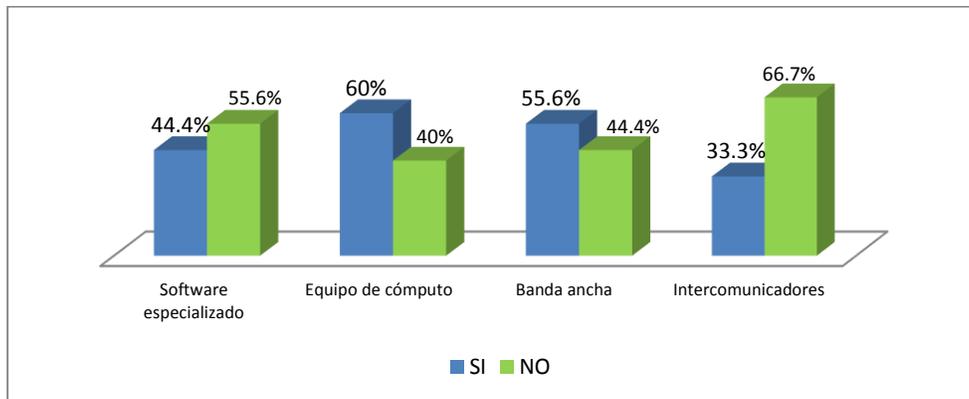
Gráfica No. 17
Hermosillo. Promoción del destino vía medios de comunicación 2014



Fuente: Elaboración propia (2014). Los distintos medios de comunicación utilizados para promocionar al destino, promueve que sobresalga con respecto a destinos similares.

Con respecto a la pregunta si ha invertido en el último año en software especializado, el promotor turístico respondió con un 56% que sí y que solo ha invertido en equipo de cómputo y banda ancha.

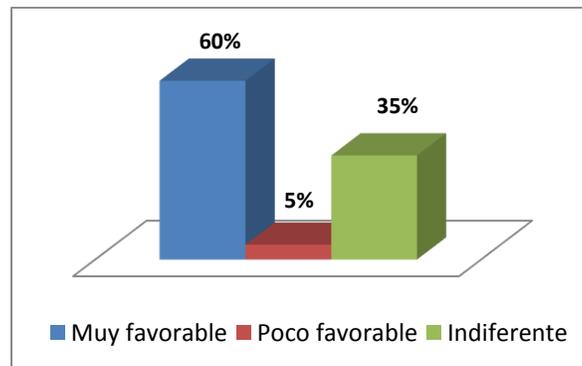
Gráfica No. 18
Hermosillo: Inversión en equipamiento tecnológico. Año 2012-2013



Fuente: Elaboración propia (2012-2013). Los prestadores de servicios no invierten en software especializado pero si en computadoras y banda ancha.

Con un 60% de impacto favorable han sido la utilización de las TIC's en sus negocios respondieron los prestadores de servicio.

Gráfica No. 19
Hermosillo: El impacto de las TICs en el desempeño del servicio al turismo 2014

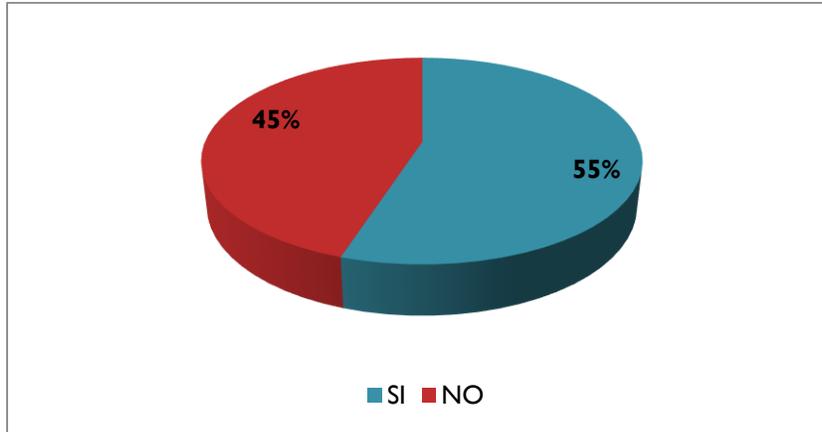


Fuente: Elaboración propia (2014). Las TICs impactan favorablemente en un 60% en el desempeño del negocio.

El prestador de servicio dice que su destino turístico cuenta con aplicaciones especiales para dispositivos móviles, pero al parecer los encuestados ignoran que el destino Hermosillo solo cuenta con una aplicación llamada HMO-MOVIL.

Gráfica No.20

Hermosillo: El destino cuenta con aplicaciones especiales para dispositivos móviles 2014

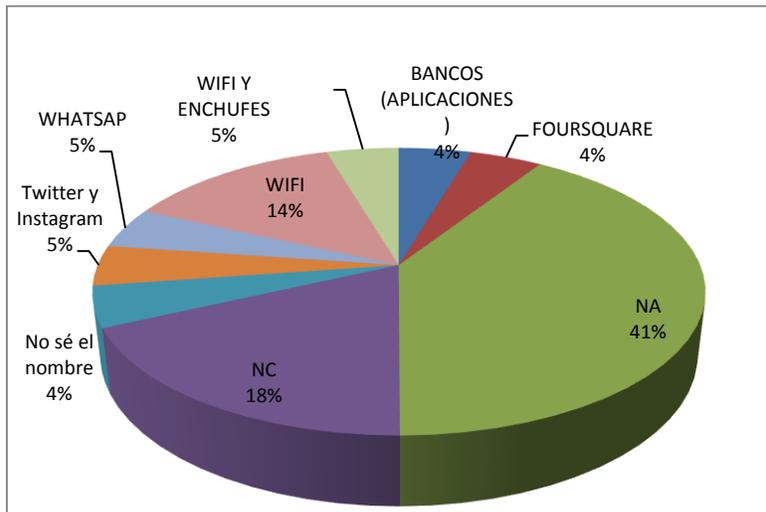


Fuente: *Elaboración propia (2014). Para estar a la vanguardia es importante contar con aplicaciones para móviles.*

Las aplicaciones especiales para dispositivos con que se cuenta, los encuestados vuelven a dar muestras de confusión al responder en un 12.5% que el WiFi, es una aplicación especial para dispositivos. Podemos ver en la gráfica otras “aplicaciones” que los encuestados consideran “especiales”.

Gráfica No. 21

Hermosillo: Aplicaciones especiales para dispositivos móviles 2014



Fuente: *Elaboración propia (2014). De todas las aplicaciones mencionadas por los prestadores de servicios, solo cuatro se reconocen como tal; Foursquare, WhatsAp, Twitter e Instagram y ninguna es propia del destino.*

b) Identificación de problemas de las TICs

Observaciones para la mejora de los sitios web:

- Catálogo extenso de establecimientos de alimentos y bebidas con teléfono, dirección, mapa, liga web y fotografía.
- Catálogo extenso de centros de diversión diurna y nocturna con teléfono, dirección, mapa, liga web y fotografía.
- Catálogo extenso de centros de recreación familiar con teléfono, dirección, mapa, liga web y fotografía.
- Catálogo extenso de monumentos históricos, museos y centros culturales con teléfono, dirección, mapa, liga web y fotografía.
- Catálogo extenso de servicios y guías turísticos con teléfono, especialidad y liga web.
- Catálogo extenso de servicios de alojamiento en zona rural, urbana y costa de Hermosillo, con opciones de chequeo sobre disponibilidad, reservación y pago de habitaciones, o en su dado caso, con la liga precisa hacia servicios turísticos, ya sea en la localidad, o en la web, como es el caso de: www.booking.com, www.tripadvisor.com, www.hoteles.com, www.despegar.com.

CAPÍTULO II FODA DEL DESTINO HERMOSILLO

ASPECTOS INTERNOS		ASPECTOS EXTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Infraestructura y logística para eventos como congresos, foro, convenciones, culturales y deportivos.	Insuficiente capacitación a prestadores de servicios.	Prestadores de servicios con alto sentido de trabajo.	La percepción de inseguridad por el mercado internacional.
Tres hospitales reconocidos y avalados por normas y estándares internacionales; y uno de ellos reconocido por el JCI (Joint Commission international Hospital Accreditation)	Turismo rural desatendido.	Desarrollo de nuevos productos como: turismo de salud, turismo médico, cultural, ecoturismo, turismo de aventura.	Escasez de agua
Recursos naturales como playas de arena blanca y fina	Carencia de un plan de desarrollo integral turístico entre los agentes estratégicos.	Crecimiento del turismo de reuniones	Mala imagen del país en los mercados estadounidenses emisores.
Sitios de esparcimiento, plazas, parques y centros comerciales	Débil unificación de los estándares por categorías en establecimientos de hospedaje.	Nuevas rutas aéreas.	Mala señalización y condiciones en carreteras
Variedad gastronómica	Falta integración y/o desarticulación entre iniciativa privada y gobierno	Promotores de ecoturismo	Reparación constante de la carretera internacional
Centros nocturnos para diferentes gustos y preferencias	Insuficiente información estadística de la actividad turística	El actual gobierno federal apoya al sector turismo	Débil inversión en el sector turismo para proyectar el destino.
Oferta educativa a nivel superior enfocada al área de turismo	Elevadas tarifas aéreas.	Información en las páginas Web a la altura de las exigencias de los turistas potenciales	Las regulaciones existentes en materia fiscal.
El uso de la Tic's en los prestadores de servicios turísticos	Falta de señalética de tipo descriptiva en el primer plano de la ciudad	Alianza de los gobiernos Sonora-Arizona.	Cambio climático
Conectividad nacional e internacional terrestre y aérea.	Horarios limitados en módulos de información turística.		

Falta de difusión entre los prestadores de servicios de las aplicaciones móviles que se están desarrollando en el municipio.

Deterioro de los monumentos históricos y edificios con valor cultural

Falta de diversificación en atractivos turísticos

Falta de un producto turístico consolidado

CAPÍTULO III LOS NUEVE FACTORES DE LA COMPETITIVIDAD

Introducción

Partiendo del diagnóstico de competitividad del destino turístico, se identifican las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del municipio Hermosillo en cada uno de los nueve factores. El punto medular de este análisis son las amenazas y las debilidades; las cuales se deberán tomar como áreas de oportunidad con el propósito de convertirlas en fortalezas.

Se podrá ver que el factor de Tecnologías de la Información y Comunicación es la que muestra un número mayor de amenazas, debido a las nuevas tendencias en comunicación de telefonía móvil.

De manera general se puede ver que el municipio Hermosillo cuenta entre sus fortalezas, con una ubicación geográfica estratégica en el Estado, diversidad de flora y fauna endémica, hospitales certificados por normas internacionales; uno de ellos reconocido por el JCI (Joint Commission international Hospital Accreditation) y diversidad de esparcimiento nocturno.

Es de considerarse como amenaza la percepción de inseguridad por el mercado internacional, la escasa información del destino en los sistemas de información estadística a nivel nacional, la débil inversión en el sector turismo para proyectar el destino y las regulaciones existentes en materia fiscal.

Las oportunidades que nos arroja el presente análisis convergen en contar con el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable del Estado de Sonora 2010-2015, marco regulatorio municipal alineado a la nueva Política Nacional Turística, a la Ley del Fomento al Turismo, y Ley General de Turismo.

1. FODA de Oferta Turística

ASPECTOS INTERNOS		ASPECTOS EXTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
El municipio tiene 60 kilómetros de litoral.	Insuficiente aprovechamiento de los recursos naturales y culturales.	El deterioro de los recursos por un aprovechamiento inadecuado.	La actividad turística a nivel internacional sigue en ascenso.
Sus ecosistemas incluyen diversidad de flora y fauna endémica.	Insuficiente infraestructura en destinos de sol y playa	Para el sector hotelero y de servicios complementarios, la competencia.	Algunas iniciativas fiscales.
Hay en la ciudad 545 Monumentos y edificios con valor cultural.	Insuficiente oferta de productos turísticos complementarios en el municipio	Algunas iniciativas fiscales	La Comisión de Fomento Económico otorga incentivos fiscales a través de la tesorería municipal para el desarrollo de nuevas empresas.
La oferta de servicios complementarios es extensa, apropiada en la ciudad.	Se desconoce el perfil de los visitantes al municipio.	La oferta de servicios básicos y complementarios es insuficiente en Bahía de Kino Viejo y Nuevo.	
	Los factores de la producción turística no están integrados	El actual gobierno federal apoya al sector.	
	Carencia de hospedaje de hoteles de 5 estrellas en Bahía de Kino		
	La inversión en hospedaje se concentra especialmente en la ciudad.		
	Carencia de señalética interpretativa de los monumentos históricos y edificios con valor cultural de la ciudad.		
	Mal estado de conservación de monumentos históricos y edificios con valor cultural de la ciudad.		

2. FODA de la Democratización de la Productividad Turística

ASPECTOS INTERNOS		ASPECTOS EXTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Cordialidad Institucional	Escasa difusión de la cartelera de eventos	Turismo de negocios o reuniones	La Inseguridad
Desarrollo de eventos como congresos, convenciones y culturales	Esfuerzos desarticulados por parte de los agentes estratégicos del sector	Turismo de salud	Recomendaciones de Estados Unidos para que no visiten Sonora
Llegada de nuevas inversiones de cadenas hoteleras		Amalgamar esfuerzos por los agentes estratégicos y el gobierno.	Acentuación regulatoria
Generación de nuevos empleos			

3. FODA de Sustentabilidad Turística

ASPECTOS INTERNOS		ASPECTOS EXTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Apego a la normatividad del medio ambiente para el otorgamiento de permisos	Insuficiente aprovechamiento de aguas residuales.	Aprovechamiento de recursos naturales	Escasez de agua
Contar con los servicios de agua, luz, drenaje y alcantarillado	Falta de abastecimiento de agua.	Desarrollo del acueducto de agua para la ciudad.	Contaminación del aire, suelo y agua
Hermosillo certificado como Municipio limpio	Falta de aprovechamiento de la energía solar.		Cambio climático
Programas de talacha playera para concientizar a la población			

4. FODA de Formación y Certificación

ASPECTOS INTERNOS		ASPECTOS EXTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Oferta Educativa acorde a la actividad turística en los niveles de Educación Media y Superior	La falta de relación entre las necesidades de la empresa y la capacitación proporcionada	Prestadores de servicios con alto sentido de trabajo.	Establecimiento extranjeros de prestadores de servicios certificados
Certificación del trabajo a través de Conocer	Carencia de instrumentos de medición que permitan identificar áreas de capacitación Escases de profesionalización en el personal de contacto.	Centros de capacitación en calidad en el servicio	
	La falta de un instrumento que mida la percepción de los pobladores con respecto al turismo		

5. FODA de Accesibilidad e Infraestructura (Instalaciones y Servicios)

ASPECTOS INTERNOS		ASPECTOS EXTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Ubicación Geográfica	Deficiente cultura de viabilidad	El programa cobro de estacionamiento en vía pública (parquímetros)	Crecimiento del problema con SICTUHSA
Extensión territorial del centro urbano	Insuficientes rutas de camiones de transporte local	Negociaciones comerciales Nacional e Internacional	Crecimiento desproporcionado de la ciudad
Ser el Municipio más importante del estado	Banquetas angostas, en mal estado e insuficientes para la circulación peatonal	Mejoramiento de la carretera federal 15	Cambios Climáticos
Diversidad de giros comerciales	Deficiente servicio urbano		La contaminación del agua
Contar con 4 aeropuertos cercanos	Escasa cultura ambiental		

Contar con una central de autobuses con más de 40 líneas que tienen corridas en Hermosillo

Deficiente drenaje pluvial

Contar con playas cercanas Bahía de Kino y Guaymas Sonora.

Tramites excesivamente burocráticos

6. FODA de Seguridad Patrimonial y Física

ASPECTOS INTERNOS		ASPECTOS EXTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Tres hospitales reconocidos y avalados por norma y estándares internacionales; y uno de ellos reconocido por el JCI (Joint Commission international Hospital Accreditation)	Insuficientes programas para el manejo de residuos peligrosos	Mejoramiento de la carretera federal 15.	Cambios Climáticos
Incremento de centros de cuidado integral de la salud.	Deterioro de los monumentos históricos y edificios con valor cultural	Programa Nacional de recuperación de plazas públicas.	Crecimiento de la Inseguridad a nivel nacional
	Insuficiente cuerpo policiaco en el municipio		Incremento de la delincuencia.

7. FODA de Promoción y Comercialización

ASPECTOS INTERNOS		ASPECTOS EXTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Artesanías típicas del municipio, figuras de palo fierro y coritas.	Falta de un plan de marketing del municipio de Hermosillo.	Mayor segmentación del mercado de congresos y convenciones.	Publicidad negativa del país en el extranjero.
Grupo étnico Seris.	Falta integración y/o desarticulación entre iniciativa privada y gobierno	Apertura de nuevas empresas	Mala imagen del país en los mercados estadounidenses emisores.

Carne porcina con calidad de exportación	Deficiente resultado de las campañas y medios de promoción	Surgimiento de nuevas alianzas para potenciar el turismo.
	Falta de diversificación en atractivos turísticos	Contar con el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable del Estado de Sonora 2010-2015
	Insuficiente información estadística de la actividad turística	
	Deficiente administración en las áreas recreativas del municipio (Parque La Saucedá, Museo de Sonora, Centro Ecológico).	

8. FODA de Gestión del Destino

ASPECTOS INTERNOS		ASPECTOS EXTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Existencia de la Dirección de turismo del municipio.	Falta de comité de turismo sustentable	Coordinación de los tres niveles de gobierno	Mala imagen del país en los mercados estadounidenses emisores.
Participación de la sociedad en eventos culturales y turísticos	Deficiente regulación del comercio ambulante	Contar con el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable del Estado de Sonora 2010-2015	Sistema de información estadística a nivel nacional que no incluyen al municipio
	Insuficiente involucramiento de los empresarios y la sociedad civil	Marco regulatorio municipal alineado a la nueva política nacional turística y a la ley general de turismo	
	Insuficiente información estadística de la actividad turística	Presupuesto gubernamental destinado al turismo	

9. FODA de TIC's e Información Turística

ASPECTOS INTERNOS		ASPECTOS EXTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Localización estratégica del destino.	El número de Puntos de información turística es mínimo y algunos no están operando.	El sector aeroespacial se encuentra en una fase de rápido crecimiento y por ende se están desarrollando estrategia que definan la vocación de cada Entidad Federativa.	Escasa información del destino en los sistemas de información estadística a nivel nacional (DATATUR)
Acceso a Internet en sitios públicos.	Falta de señalética de tipo descriptiva en el primer plano de la ciudad.	La información con que cuentan las páginas de otros estados, que además de información relevante del destino cumple con los estándares requeridos por los turistas potenciales.	La información sobre Hermosillo en la página www.visitmexico.com acerca al visitante a un ambiente de conocimiento superficial sobre el destino.
Hermosillo cuenta con una aplicación, llamada "HMO Móvil", dedicada al sistema operativo iOS, utilizado en dispositivos iPhone, iPod y iPad.	Se carece de un desarrollo amplio de la herramienta HMOMóvil, ofreciendo opciones limitadas y con una sola actualización, que data de Julio del 2012 y dedicada a corregir errores de diseño y mejora de imagen.		Aplicaciones para móviles limitada para los diferentes dispositivos iPhone, iPod y iPad.
Tanto las autoridades como los prestadores de servicios turísticos, reconocen el uso de las TIC's como ventaja competitiva.	Falta de difusión de las aplicaciones móviles que se están desarrollando en el municipio, entre los prestadores de servicios turísticos.		El desconocimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos en lo referente a la variedad de aplicaciones para móviles y su impacto en la promoción turística.
Los organismos encargados de promover el turismo cuentan con página web.	La información de las páginas web que promocionan al destino muestra una reducida variedad de oferta de hospedaje y un nulo registro bajo la categoría de restaurantes, bares y hospitales.		Las páginas que promocionan al destino, muestran un ranking por debajo del mínimo requerido para mostrar resultados a nivel internacional.

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	IMPACTOS ESPERADOS	RESPONSABLES Y CALENDARIO
Estrategia para Optimizar la Calidad en la Prestación de Servicio, a Través de La Capacitación y Certificación de Trabajadores del Sector Turístico de La Ciudad de Hermosillo, Sonora	Profesionalizar a la planta laboral del sector turístico para hacer frente a las exigencias del mercado, a través el uso de estrategias de capacitación tripartita (Empresa, Escuela, Gobierno); y de la certificación las empresas	10,000,000.00	Homologación de la calidad en la prestación en la prestación de servicios. Profesionalización del 30% de la planta laboral del sector turístico de el municipio de Hermosillo para Diciembre 2015. Fortalecimiento de la relación empresa , gobierno, entidades educativas	UES CANIRAC COFETUR AMAV ASOC. HOTELES Y MOTELES
Estrategia de Conexión e Información entre los Turistas Extranjeros y los Proveedores del Turismo de Salud en la ciudad de Hermosillo	Consolidar estrategias para promocionar y ofertar paquetes integrales a pacientes extranjeros, que permitan posicionar la marca "Hermosillo" dentro del turismo de salud.	45,000,000.00	Promoción y posicionamiento de la región como el destino "ideal" para realizar tratamientos médicos, con respecto a otras áreas geográficas. Creación de un "clúster" para impulsar el turismo medico, mediante el proceso de integración, promoviendo las sinergias locales.	UES SECRETARIA DE SALUD PRINCIPALES AGENTES TURISTICOS GOBIERNO MUNICIPAL

<p>Construcción de un Centro de Convenciones en San Carlos, Guaymas; Como Parte Integral del Fortalecimiento de Turismo de la Ciudad de Hermosillo</p>	<p>Edificación de un centro de convenciones que permita complementar y diversificar las plazas a un destino playa Y a la vez aprovechar la accesibilidad de la ciudad del turismo extranjero con la prestación de servicios durante el tránsito de los turistas</p>	<p>163, 113,450.00</p>	<p>Incremento de hospedaje y servicios turísticos de Hermosillo, como conectividad principal del estado hacia San Carlos, Nuevo Guaymas. Integración un circuito para fortalecer a la entidad en materia de turismo de reuniones.</p> <p>Generación de Empleos: Creación de 300 empleos temporales Y 25 empleos directos Personas beneficiadas con la realización del proyecto: 1,397,082</p>	<p>COFETUR OCV GOBIERNO FEDERAL CANIRAC</p>
--	---	------------------------	---	---

Destino: Hermosillo

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Teatro de COBACH Villa de Seris

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.044446,-110.958935



Fuente: Cortesía de SEP y CONACULTA

URL

http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=teatro&table_id=155&estado_id=26

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Fue diseñado por el Arquitecto Eduardo Villalobos, el Teatro-Auditorio del COBACH Villa de Seris ha funcionado desde enero de 2004 como sede de conferencias, recitales, simposios, informes de gobierno, eventos educativos y culturales de todo tipo, entre ellos teatro, ópera, danza, espectáculos infantiles, festivales y exposiciones de fotografía. Fue inaugurado con un concierto en el que se presentó el reconocido chelista Carlos Prieto acompañado de la Orquesta Filarmónica del Estado, dirigido por el Doctor Gastón Serrano. Desde entonces, tiene alrededor de 110 espectáculos al año, siendo uno de los principales escenarios en el Estado. Su fecha de inauguración fue el 1 de Enero de 2004.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Apreciación y disfrute de obras de teatro, conciertos, danza, espectáculos infantiles y conferencias.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Comentarios:

Destino: Hermosillo

Información no disponible dado que no hay un registro de los asistentes sin embargo se puede considerar que es un turista cultural.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Comentarios:

La gestión es Institucional y le corresponde a Colegio de Bachilleres.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

El costo varía dependiendo del espectáculo pero regularmente es una cuota módica y en ocasiones es entrada gratuita.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios:

Se carece de coordinación con prestadores de servicios turísticos.

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

La promoción es de los eventos por medio de publicidad impresa en sus instalaciones y a través de la radio local.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Si existe señalización aunque ésta es escasa y consideramos todos los accesos que llevan al recurso.

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Si hay señalización interna aunque hace falta.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

El espacio de estacionamiento es limitado, especialmente si coinciden eventos académicos y culturales.

Destino: Hermosillo

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Las instalaciones son accesibles para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Los espacios son atendidos en su conservación y limpieza, buenas condiciones en general.

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Hay información disponible el día del evento y el servicio de información y atención es bueno sin embargo la publicación de horarios y precios no es público.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No aplica

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Se carece de mobiliario suficiente que haga cómoda la espera y los sanitarios se encuentran deteriorados.

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Los alimentos en ocasiones se limitan a un snack

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca? ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ocasionalmente se ofrecen productos alusivos al evento.

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No hay tratamiento especial en relación a los desechos que genera el evento los cuales son mínimos.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

El espacio físico es atractivo y amplio, sin embargo cada obra de teatro es única ya que cada presentación genera una dinámica y personalidad a partir de la audiencia.

Destino: Hermosillo

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

El espacio es seguro, cumple con las normas de seguridad.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Existe acceso wifi y de telefonía.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Bol 300

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.1431,-110.952634



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Es un local para pasar el tiempo, ya sea en el bar o un restaurant, pero no sin antes jugar una buena partida de boliche o billar; el boliche es para todo tipo de personas, pero el billar solo es para mayores de edad, ya que se encuentra en la zona para fumar y en el bar.

Este lugar suele llenarse los fines de semana ya que se considera uno de los mejores boliches y billares de la ciudad, por contar con una buena localización, así como las mejores instalaciones.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Práctica de boliche y billar.
2. Disfrutar de bebidas y comidas del bar.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

En este local, suelen llegar turistas locales de Hermosillo, para pasar un buen rato y descansar.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios: Necesitar pagar para hacer uso de las instalaciones.

Hermosillo

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

(X) Sí

() No

Comentarios:

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

(X) Sí

() No

Comentarios: Se promociona por la radio.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Hay letreros que indican como llegar al establecimiento.

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Existen letreros que indican como ir a los baños, las líneas de boliche, al bar, a las mesas de billar, etc.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es muy accesible ya que cuenta con varias entradas y estacionamiento, así como la entrada a cualquier persona.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con estacionamientos azules y rampas para discapacitados.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Es un lugar muy limpio y en constante limpieza.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Se publican los horarios fuera del lugar.

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Se publican los precios de la comida y de las líneas en la recepción.

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (5)

Hermosillo

Comentarios: Cuentan con baños muy grandes y muy limpios.

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Existen varios restaurants y bares con diferente tipo de comida y bebida.

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuenta con una tienda de souvenir de boliche para equipamiento profesional.

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Tiene un pequeño jardín.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es el mejor boliche de Hermosillo

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con varios guardias de seguridad fuera y dentro del establecimiento.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con buena señal de celular, red 3G y con red wifi para todos los clientes.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Bol Satélite

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.086252,-110.984834



Fuente:Aurora Galan

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- () Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- (X) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Este local es uno de los más antiguos de Hermosillo, donde se juega boliche desde hace ya varios años; ha sufrido bastantes remodelaciones para poder seguir teniendo la misma clientela, pero ha disminuido un poco, y aun así, sigue siendo uno de los mejores locales para pasar un buen tiempo.

Cuenta con varias líneas para jugar boliche, así como juegos electrónicos para los niños pequeños, y un pequeño restaurante para después del juego.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Jugar de un buen juego de boliche junto con tus amigos mientras disfrutan de un par de bebidas y comidas del restaurant.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El número de turistas que llegan a este establecimiento suele ser la mayoría Hermosillense, para pasar un buen tiempo.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: Pero para poder usar las instalaciones es necesario pagar por la línea.

Hermosillo

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

(x) No

Comentarios:

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

(X) Sí

() No

Comentarios: Se le da difusión por medio de la radio, haciendo promociones de paquetes y torneos del mismo.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: La señalización es muy poca, pero tiene un letrero muy grande que te avisa la entrada desde muy lejos.

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Dentro del inmueble, puedes ver los letreros que te indican los números de línea, los baños, las rutas de evacuación, etc.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es muy accesible ya que cuenta con varias entradas y mucho estacionamiento.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con estacionamientos azules y rampas para discapacitados, pero en muy mal estado.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Es muy utilizado este lugar, por lo que le hace falta un poco más de higiene en el local.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con los horarios de servicio y las fechas en las que abren.

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

Hermosillo

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Tiene información sobre políticas de uso y reglamentos, pero no cuenta con precios o costos.

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuentan con baños limpios pero pequeños y viejos.

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con un restaurant un poco viejo.

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con una pequeña tienda que te vende equipo para jugar boliche.

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con construcción ambiental, ni áreas verdes, ni recicla la basura.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Es un lugar que puedes encontrar en varias ciudades y no cuenta con algo que lo identifique como único.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Se localiza dentro de una plaza, pero hay pocos guardias en la zona.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: La señal del celular llega muy bien, así como la red 3G, aparte cuenta con wi-fi en todo el establecimiento.

Hermosillo

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Central de Autobuses de Hermosillo

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.077776,-110.929879



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Es la única central de autobuses en Hermosillo, por lo que toda la gente llega ahí; es un establecimiento muy viejo, pero muy bien construido y remodelado para verse mejor. Te ofrece un servicio completo para varias líneas de autobuses, así como una mejor zona de espera, que incluye varias cafeterías e internet inalámbrico.

Es un lugar muy amplio con mucho estacionamiento y muy seguro para poder recoger a los viajeros que acaban de llegar.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Comprar boletos de camión para transportarte por la república o fuera de ella.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

En este establecimiento tenemos todo tipo de turistas, ya que es la entrada a Hermosillo, por lo que suelen llegar nacionales e internacionales.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso). Privada

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios: Para viajar es necesario pagar.

Hermosillo

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios: Normalmente solo prestan el servicio de transporte bajo una tarifa convenida

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Se pueden ver letreros por la calle para llegar al establecimiento

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Puedes ver la localización de los baños, salidas de emergencia, andenes, etc.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Se encuentra en una de las calles principales de Hermosillo y cuenta con un amplio estacionamiento.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con rampa en la entrada y dentro de las instalaciones.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es un lugar muy limpio por dentro y por fuera.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Muy poca información existe por fuera.

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

Hermosillo

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Existen publicaciones con los precios y los horarios de los camiones.

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Tienen baños grandes y limpios, pero necesitas pagar para usarlos.

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Tienen cafeterías con una gran variedad de comida.

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: No aplica.

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: no aplica

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es una central muy bonita en comparación con las centrales de los demás municipios.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Si, las instalaciones son seguras y hay guardas de seguridad.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuenta con buena señal de celular y red 3G, hay wifi y teléfonos públicos.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Casino de Hermosillo

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.097113,-110.948638



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda). Imagen cortesía de dossier Político

- () Recurso natural
- () Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- (X) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Es un local de eventos muy grande, uno de los más importantes de Hermosillo, así como de los más antiguos.

Suelen tener eventos privados, así como graduaciones, quinceañeras, bodas, etc. Para los cuales se debe de apartar el lugar con anticipación para mantenerlo listo para el evento.

El lugar no cuenta con estacionamiento, lo cual es un problema, así como se fachada exterior, la cual se encuentra muy maltratada y sin remodelar.

No cuenta con áreas verdes ni está acondicionado para las personas con capacidades diferentes.

La comida corre por cuenta del organizador del evento, por lo que no se vende ningún tipo de alimento o bebida.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Disfrutar de diferente tipo de eventos.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Información no disponible dado que se carece de un registro de los asistentes al evento. El tipo de turista suele ser local.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

Hermosillo

() Sí

(X) No

Comentarios: Los eventos organizados son privados, y algunos cobran entrada.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

(X) No

Comentarios:

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Se promociona por la radio.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Hay letreros que indican como llegar al establecimiento.

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Se indica cómo llegar a los baños y cómo salir del establecimiento.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Está en una de las calles más importantes de Hermosillo pero no cuenta con estacionamiento.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Cuenta con rampa en la entrada.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Por fuera es un lugar muy descuidado a pesar de ser tan importante, por dentro está muy limpio.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (3)

Hermosillo

Comentarios: Se publican pequeños carteles con la información de los eventos.

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuentan con baños grandes y limpios.

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: Tiene cocina pero no se venden alimentos.

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica.

Sostenibilidad medioambiental (¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Es una construcción tradicional, no cuenta con jardín ni reciclaje de desperdicios.

Singularidad (¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es el único casino para realizar eventos en Hermosillo.

Seguridad (¿El recurso se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con varios guardias de seguridad fuera del establecimiento en los eventos.

Comunicación (¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con buena señal de celular y red 3G.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Centro de Gobierno

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.067742,-110.958525

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión



DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Este lugar es uno de los más bonitos de Hermosillo gracias a su gran arquitectura del lugar; los espacios son muy amplios pero no cuenta con una gran cantidad de jardines, suele estar muy limpio y siempre está gente para atenderte para cualquier trámite que necesites. El estacionamiento es un problema, ya que no cuenta con estacionamiento propio si no que tienes que buscar estacionamiento en los alrededores.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Disfrutar de la arquitectura del lugar.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Los turistas que suelen llegar son personas fuera del municipio, ya que recurren a hacer tramites legales.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios: La entrada es gratuita.

Hermosillo

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentario

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Se puede ver desde lejos y además hay letreros que te indican como llegar.

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Puedes ver la localización de los baños, salidas de emergencia, oficinas, etc.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuenta con mucho estacionamiento y varias formas de llegar al lugar.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuenta con estacionamientos azules, rampas y elevadores para discapacitados.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es un lugar muy limpio por dentro y por fuera.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Puedes ver horarios de oficinas y preguntar en recepción tus dudas.

Hermosillo

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Dentro de cada oficina hay periódicos murales y recepciones para conocer más específicamente como hacer tus trámites.

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Tienen baños limpios.

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Tienen máquinas expendedoras.

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: No aplica.

Sostenibilidad medioambiental (¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Singularidad (¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Solo existe un centro de gobierno.

Seguridad (¿El recurso se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con varios guardas de seguridad.

Comunicación (¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con buena señal de celular y red 3G, y teléfonos públicos.

Destino: Hermosillo

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Centro de Las Artes UNISON.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.081582,-110.959021



Fuente: URL

<http://olasonora.com/graphics/2244/Unison170112.jpg>

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El Centro de Convenciones Universitario de la Universidad de Sonora ofrece a la comunidad universitaria, empresarial, organismos gubernamentales y organizaciones civiles. Espacios, infraestructura, tecnología y capacidad logística para realizar: Conferencias, congresos, seminarios, exposiciones de pintura, escultura y cerámica, exposiciones de productos y servicios, ceremonia de graduación, reconocimientos y premiaciones; Presentaciones de libros e informes de trabajo.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Participación, apreciación y disfrute de eventos varios.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Comentarios:

Información no disponible dado que no hay un registro de los asistentes sin embargo se puede considerar que es un turista con gusto por la cultura.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Comentarios:

La gestión es Institucional y le corresponde a la Universidad de Sonora.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

Sí

No

Destino: Hermosillo

Comentarios:

El costo varía dependiendo del evento.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

(x) No

Comentarios:

Se carece de coordinación con prestadores de servicios turísticos.

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

(X) Sí

() No

Comentarios:

La promoción en por medio de pendones en sus instalaciones y a través su página web.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Si existe señalización aunque es insuficiente dados los diferentes accesos al recurso.

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Si hay señalización interna aunque no es suficiente.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

El espacio de estacionamiento es limitado porque es compartido con otras áreas de la UNISON y la zona es de mucho tráfico vehicular.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Las instalaciones facilitan la accesibilidad para personas con capacidades diferentes, pero el área de estacionamiento esta retirada.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Los espacios están bien atendidos en su conservación y limpieza.

Destino: Hermosillo

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Hay información disponible el día del evento y el servicio de información y atención es bueno.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Depende del evento.

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.:Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Se carece de mobiliario que haga cómoda la visita, los sanitarios están en buen estado.

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Los alimentos no se permiten.

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca? ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: La oferta depende del evento

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: No hay tratamiento especial en relación a los desechos que genera el evento los cuales son mínimos.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: El espacio físico es similar a otros, sin embargo cada evento ofrece sus particularidades.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: El espacio es seguro, cumple con las normas de seguridad.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Existe acceso wifi y de telefonía.

Destino: *Hermosillo*

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO: Centro Ecológico de Sonora

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA: Hermosillo

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

12 R 504463 3209864

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- (X) Recurso natural
- () Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión



Fuente:URL

<http://www.ehui.com/2011/04/27/visitan-el-centro-ecologico-mas-de-30-mil-visitantes-en-semana-santa>

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El Centro Ecológico de Sonora mide casi dos millones de metros cuadrados y alberga una extensa variedad de flora y fauna de los distintos ecosistemas del Estado. Este zoológico y jardín botánico es hogar de unas 300 categorías de plantas y más de 200 especies de animales. También podemos encontrar aquí el Observatorio Astronómico del Centro Ecológico de Sonora.

Actividades turísticas

1. Observación de la flora y fauna
2. Observación de la luna y los planetas por medio de telescopios (Observatorio)
3. Tirolesa
4. Ciclismo
5. EcoSafari

Perfil del turista

Personas que gustan de actividades al aire libre, de la observación de animales y de plantas y de aprender más datos y curiosidades sobre ellos. Enfocado para familias y/o escuelas con niños entre 5 a 14 años.

Destino: *Hermosillo*

Gestión del recurso

CEDES Comisión de Ecología y Desarrollo Sustentable del Estado de Sonora

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

(X) Sí () No

Comentarios: Para el Centro Ecológico el precio es:

Niños/ Estudiantes con credencial/ Adultos Mayores: \$15.00 Adultos: \$30.00
Paquete Familiar (2 adultos y 4 niños): \$80.00

Para el Observatorio el precio es: Niños: \$ 15.00 Adultos: \$ 30.00

Para EcoSafari (Tirolesa y entrada al Centro) es: Niños/ Estudiantes con credencial/ Adultos Mayores: \$70.00
Adultos: \$90.00 Paquete Familiar: 2 adultos 4 niños: \$420

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí (X) No

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

(X) Sí () No

Comentarios: Tiene espectaculares alrededor de la ciudad, publicidad en sitios de interés, promociones en establecimientos, y por medio de las redes sociales.

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (4)

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (4)

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Se tiene que recorrer 1 km de terracería para llegar a la entrada principal del Centro Ecologico.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (4)

Destino: *Hermosillo*

Comentarios: Existen rampas para el acceso de sillas de ruedas y/o carriolas.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: El área donde se camina es limpia pero el área donde están los animales se ve un poco sucia.

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si, los horarios y precios están a disposición de los visitantes en la entrada del recurso.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cada animal tiene un recuadro con su nombre y descripción e información sobre él.

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (4)

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Existe una fonda que ofrece alimentos y bebidas tipo snacks: papitas, tortas, sodas, etc.

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (3)

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si, por la combinación de la flora y fauna (Centro Ecológico) con la ciencia (Observatorio) y la aventura (EcoSafari) es algo único y hace que vivas una experiencia inigualable.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Red celular y teléfonos públicos sí; wifi, no y los cibercafés son hasta fuera del recurso sobre el boulevard más cercano.

Destino: *Hermosillo*

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO: Cerro de la Campana

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA: Hermosillo

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

UTM = 12 R 504802 3216105



Fuente:

URLhttp://www.con-tactox.net/images/stories/LUGARES/cerro_de_la_campana_de_noche.jpg

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- (X) Recurso natural
- () Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Es uno de los puntos de referencia más importantes de la ciudad de Hermosillo. Este cerro se alza en el mero Centro de la Ciudad como una especie de faro natural visible desde casi cualquier lugar de la ciudad. Por las noches, el cerro de la campana ofrece a sus visitantes una vista maravillosa de la ciudad.

En la parte superior se encuentra el principal mirador de la ciudad y a sus espaldas se encuentran instalaciones de las antenas de transmisión de los canales de televisión locales.

Actividades turísticas

1. Disfrutar de la hermosa vista de la ciudad desde el mirador.
2. Compra de alimentos y bebidas.
3. Pasar un momento excelente en compañía de familia o amigos.

Perfil del turista

No aplica, ya que es para todos los segmentos en general, porque lo visitan desde niños, jóvenes, adultos, hasta ancianos, en familia o por su cuenta.

Destino: *Hermosillo*

Gestión del recurso

H. Ayuntamiento de Hermosillo

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: La subida al Cerro no tiene costo. Se recomienda hacerlo en automóvil aunque si hay mucha gente, tomara tiempo el poder subir ya que hay poco estacionamiento arriba pero lo puede hacer caminando aunque es muy pesado.

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios: Al ser remodelado en 2012, se le ha dado más promoción y mas empuje, invitando a las personas que lo visiten y disfruten de las nuevas instalaciones, mas cómodas y accesibles.

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Podría mejorar y colocar mas señalización por la ciudad para poder llegar al recurso.

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (1)

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Se recomienda acceder al recurso en carro ya que el camino es empedrado y pesado.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si, ya arriba, que todo está pavimentado, existen rampas para que puedan acceder personas con capacidades diferentes.

Destino: Hermosillo

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Muy limpio, recién remodelado dando así una imagen positiva y con suficientes contenedores para colocar la basura.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No hay ningún modulo de información o persona encargada capacitada de proporcionar algún tipo de información o ayuda.

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No la hay.

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: No hay sanitarios. Cuenta con bancas para que las personas se puedan sentar. La cafetería tiene sus propias mesas y sillas para que ahí consuman sus alimentos.

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Existe una cafetería que ofrece alimentos y bebidas tipo snacks: papitas, cafes, sodas, etc.

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?,¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Sostenibilidad medioambiental (¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuando muchas personas lo visitan a la vez, se cierra el paso a que mas automoviles suban hasta que se descongestione un poco para que haya un flujo y permitir continuar a los que están haciendo fila.

Singularidad (¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si, por su maravillosa vista que permite ver a toda la ciudad, es una gran experiencia tanto como para los residentes como para los turistas.

Seguridad (¿El recurso se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Antes de la remodelación era muy oscuro y en las noches ocurrían robos, pero ahora se puede visitar a esa hora y encontrar a mucha gente también visitándolo.

Comunicación (¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: En el recurso no, pero bajando de él, se encuentran teléfonos públicos y cibercafés.

Destino: *Hermosillo*

Destino: Hermosillo

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Cestería Seri

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Punta Chueca, Municipio de Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.039362,-112.162385



Fuente:

URL

https://www.google.com/search?hl=es-419&site=imghp&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=666&q=ceteria+seri+en+punta+chueca+bahia+de+kino+sonora&oq=ceteria+seri+en+punta+chueca+bahia+de+kino+sonora&gs_l=img.3...1576.18471.0.1

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Tradicionalmente se elaboran coritas y canastas. Las coritas son extendidas, tipo bandeja. Las canastas son redondas, con boca y de diversos tamaños. La ceremonial, que alcanza uno o más metros, se le conoce como *saptim* y puede tardar de uno a dos años de trabajo continuo en su elaboración, en tanto que las demás pueden llevar desde una semana.

Materiales

Los materiales utilizados en la elaboración de la cestería comca'ac seri son: el torote (*Jatropha cuneata*), un arbusto del cual se seleccionan ramas rectas de un metro de largo y 1.5 cm de diámetro. Se utilizan tintes naturales en tonos: rojo-café, el cual se obtiene de la corteza de la raíz del cosohue (*Krameria grayi*) llamado *heppool o cósahui*; el amarillo se obtiene ya sea del tallo de la flor de golondrina (*Dalia emoyri*) que llaman *xométté* o del *hakin kóoski Cotton californicus*; el negro se extraía del chamizo, arbusto mediano que puede ser *Ambrosia dumosa* o *Atriplex polycarpa*. Otra opción son los tintes químicos: negro.

Destino: Hermosillo

Herramientas

Punzón: herramienta hecha de pata de venado macho utilizada como aguja para atravesar la espiral del cesto. Los dientes y dedos: se utilizan para rebanar y limpiar las varas de torote.

Técnicas

Se comienza tejiendo un nudo utilizando las tiras gruesas y menos flexibles de la vara del Torote formando el alma del cesto. Con el uso del punzón se van enrollando las tiras blandas, que fueron extraídas con los dientes y dedos del artesano del interior de la vara, recubriendo el alma. Se forma la base hasta alcanzar el tamaño deseado, continuando con las paredes del cesto y finalizando con la boca. Ésta puede ser más pequeña que la base o puede quedar abierta. Con el torote de colores se crean diversos diseños geométricos o zoomorfos de la región. Diseños y motivos

Existen cinco diseños principales, según Moser (1976) en Muñoz y Guzmán (2006)

1. *Cohapáijam* = envuelto
2. *Séenneel iti cóxxaalca* = mariposa puesta
3. *Cocmóonxk* = zigzag
4. *Ássoox cánnoox itik íij* = estrella de flama
5. *Cohapáffijja* = hecho con borde

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso*).

1. Participación en actividades de turismo rural.
2. Talleres interpretativos
- 3.

Perfil del turista (*Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.*)

Comentarios:

Información no disponible dado que no hay un registro de los asistentes sin embargo se puede considerar que es un turista cultural.

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Comentarios:

La gestión es comunitaria.

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

El costo esta en relación a las actividades y productos que consuma.

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). *Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

Sí

No

Comentarios:

Se carece de coordinación con prestadores de servicios turísticos.

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). *Escoja opción y describa.*

Destino: Hermosillo

() Sí

(X) No

Comentarios:

Se carece de un programa de promoción por parte de la comunidad, solamente el turista informado en la red conoce de esta actividad y sus implicaciones, otros turistas y visitantes se enteran al momento de visitar el destino.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Si existe señalización aunque ésta es escasa

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

La señalización interna es mínima.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

El espacio de estacionamiento es suficiente aunque inseguro.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Las instalaciones son deficientes en relación a la accesibilidad para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Los espacios del destino requieren ser atendidos en su conservación y limpieza.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Hay información disponible durante la visita y el servicio de atención y comunicación es deficiente dado que la comunidad habla su dialecto y algunas personas poco español.

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Se complica la comunicación de la información porque la población habla su dialecto.

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Destino: Hermosillo

Se carece de mobiliario suficiente que haga cómoda la participación en la actividad y los sanitario son insuficientes.

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No aplica

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca? ,¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Se ofrecen productos artesanales

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Se tiene una excelente gestión de los recursos para la generación de productos artesanales y sus desechos son orgánicos.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

La diferencia de esta artesanía es que se elabora a partir de una planta poco común y típica de la región, su herramienta también es un recurso diferenciado ya que se trata de una pezuña de venado.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

El destino donde se genera el recurso se puede visitar con medidas de precaución y seguridad.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Se carece de acceso wifi pero si hay telefonía celular.

Hermosillo

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Cinemark

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.086777,-110.984511

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- (X) Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- (X) Recurso de ocio/diversión



DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Esta cadena de cines es la más popular en Hermosillo y cuenta con una de las mejores instalaciones de la ciudad, gracias a su gran estacionamiento y la localización del mismo. Cuenta con una variedad de películas que reproducen en varios horarios para la clientela, así como una zona premier si quieres disfrutar de la película un poco más en privado. Cuenta con una dulcería, en la cual venden snacks para que disfrutes mientras ves tu película.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Apreciación de películas de diferentes géneros.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Las personas que visitan este inmueble suelen ser turistas locales.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)

Elija la opción correcta.

(X) Sí

(X) No

Comentarios: Puedes entrar al establecimiento sin pagar, pero tendrás que pagar para ver la función.

Hermosillo

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

(x) No

Comentarios:

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Se da difusión es de las películas que ahí presentan.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Hay letreros fuera del local comercial que te indican como llegar al cine.

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Se pueden localizar salidas, baños, salas de cine, dulcería, etc.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Es muy accesible ya que cuenta con varias entradas y mucho estacionamiento.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuenta con estacionamientos azules y rampas para discapacitados; dentro del establecimiento cuenta con rampas para llegar a cada uno de los lugares.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Es un lugar muy pulcro, desde la entrada hasta las salas y baños.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Puedes ver los horarios del lugar, funciones de cada película y precios de entrada.

Hermosillo

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Puedes ver los precios de la comida y la descripción de cada una de las películas en función.

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuentan con baños muy grandes y muy limpios.

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuentan con un área de dulcería que vende gran variedad de alimentos.

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: No aplica

Sostenibilidad medioambiental (¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Tiene vegetación por fuera pero muy maltratada.

Singularidad (¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Existen varios cinemas en la ciudad.

Seguridad (¿El recurso se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Se encuentra vigilado por varios guardias de seguridad.

Comunicación (¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con buena señal de celular, red 3G y con red wifi para los clientes premier.

Destino: **Hermosillo**

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Villa de Seris

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

12 R 443925 3221480

FOTOGRAFÍA:



Fuente: URL https://encrypted-tbn1.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQyijnBKmDWPwh85uy_cx2wH6cJu-wLDOkbvOVeiPeO2imKX9XPr-fgE72

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- (X) Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- (X) Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Por despacho del 39º. Virrey de la Nueva España Don Pedro de Castro y Figueroa, Duque de la Conquista, expedido el 22 de junio de 1741 en la ciudad de Orizaba, Veracruz, se ordenó la erección de un nuevo presidio en el puesto del Pitiquín de Pimas, en la Pimería Baja, con el fin de cubrir a los yaquis, Guaymas y seris, que desde tiempos atrás se venían sublevando. Este presidio lo fundó Don Agustín de Vildósola y Aldecoa, Gobernador y Capitán General del nuevo reino y provincias de Sinaloa y Sonora, dándole el nombre de Real Presidio de San Pedro de la Conquista del Pitic, el actual barrio de Villa de Seris, en el lugar comprendido entre la presente parroquia de la Candelaria y el cerro de La Cruz.

“San Pedro de la Conquista del Pitic”, aquí en este lugar se formó la primera misión de Seris, cuya capilla se bendijo el 12 de septiembre de 1790. El actual templo de la Candelaria data de mediados del siglo pasado (1860), siendo construido sobre las ruinas del antiguo.

Villa de El Pitic La hoy ciudad de Hermosillo llevó ese nombre hasta el 5 de septiembre de 1828. El antiguo pueblo de indígenas que fue fundado en 1700 con el nombre de La Santísima Trinidad del Pitiquín; posteriormente, en 1741, se fundó el pueblo de españoles con el nombre de Real Presidio de San Pedro de la Conquista del Pitic, que viene siendo el origen de la hoy ciudad de Hermosillo.

Destino: *Hermosillo*

El municipio del llamado Pueblo de Seris, perteneciente al distrito de Hermosillo, Sonora, con fecha 15 de diciembre de 1893, se le dio el nombre de Villa de Seris.

La torre que sostiene el reloj del edificio municipal de Villa de Seris fue construida por el Ing. Don Narciso Moreno, y terminada en marzo de 1894. El mencionado edificio se terminó de construir al terminarse la torre del reloj.

Actividades turísticas

1. Visita a Iglesia y kiosko.
2. Degustación tortillas de harina
3. Degustación de coyotas

Perfil del turista

Para tipo de persona, sin importar raza, color, sexo, etc; la cual desee pasar un rato agradable ya sea solo, en familia o con amigos degustación buena comida.

Gestión del recurso

H. Ayuntamiento de Hermosillo

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: no hay cuota ya que actualmente es solo una colonia funcional de Hermosillo, solo es un colonia una historia pero con muchos méritos.

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

(X) No

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (4)

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (4)

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Las banquetas escasamente hay tienen un una reputación

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (5)

Destino: *Hermosillo*

Comentarios: Muy limpio y tiene buena imagen desde el exterior.

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Toda la información se encuentra en el interior.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: En cada sala hay una pequeña descripción y en cada pieza o pintura tiene un pequeño recuadro para poner el nombre de la obra.

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (4)

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con cafetería

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (5)

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (4)

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Sí, ya que es hogar de exposiciones únicas tanto nacionales e internacionales.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Red de celular sí; teléfonos dentro del recurso.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Centro de Usos Múltiples

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.107739,-110.994147



Fuente: URL
http://frigolit.com.mx/galeria_obras.html

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda). Imagen cortesía: Portal Grupero

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Es uno de los centros para actividades más grandes del estado, ya que cuenta con una capacidad muy grande para personas; ahí se han llevado a cabo numerosos eventos deportivos y culturales, como conciertos, partidos de baloncesto y peleas de box y lucha libre.

Suelen ser eventos de gran magnitud que incluso llegan a ser televisados por la cadena televisora de Hermosillo como parte de un evento turístico muy grande.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Lugar para la realización de varios eventos de diferentes categorías.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Información no disponible dado que se carece de un registro de los asistentes al evento. El tipo de turista varía dependiendo del evento que se lleve a cabo.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Hermosillo

Sí

No

Comentarios: Al momento de entrar a un evento, es necesario pagar para su entrada.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios:

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios: Se da difusión de los eventos que ahí se organizan.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Existen letreros cerca del lugar que te indican la ruta a seguir.

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Se pueden localizar salidas y baños.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es muy accesible ya que cuenta con varias entradas y mucho estacionamiento.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con estacionamientos azules y rampas para discapacitados.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: El lugar está poco cuidado.

Hermosillo

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Puedes ver algunos posters de los eventos con fechas, hora y precios.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej. :Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuentan con baños limpios pero pequeños y viejos.

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Hay varias máquinas expendedoras de alimento.

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: No aplica

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Tiene vegetación por fuera pero muy maltratada.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es un salón muy grande, donde se realizan cierta cantidad de eventos.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Se encuentra vigilado por varios guardias de seguridad.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

Hermosillo

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Hay varios teléfonos públicos, la red de teléfonos celulares y 3G llega con muy buena señal.

Destino: **Hermosillo**

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Estadio Sonora

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

12 R 443503 3223605

FOTOGRAFÍA:



Fuente:

URL

https://encrypted-tbn3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcT_lwHf0Gx6s8GCG1NhdfX974Bs4WOHjwpzUi_bFEclzDd6tb6VUJHbWg

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- () Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- (X) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Es la nueva casa de los Naranjeros de Hermosillo, equipo de la Liga Mexicana del Pacífico que cuenta con 15 Campeonatos de LMP (más ganador de la liga), 3 Ligas de la Costa y 1 Serie del Caribe. El estadio fue inaugurado el 1 de febrero de 2013, tras tres años de construcción (2010-2013).

El parque de béisbol ocupa una superficie de 73,752 metros cuadrados con un campo de 9,700 metros cuadrados de extensión. Su estructura emula el cráter El Colorado, ubicado en la reserva de la biósfera El Pinacate, en el Gran Desierto de Altar, en los límites de México con Estados Unidos.

El recinto cuenta con capacidad para 16,000 espectadores que presencian los partidos en butacas ergonómicas, que en su mayoría son cubiertas por la estructura para contrarrestar los efectos de la temperatura, además de contar con protección UV.

Actividades turísticas

1. Observar el juego de béisbol.
2. Pasar un buen rato con familia o amigos apoyando al equipo de casa.
3. Degustación de antojitos mexicanos.

Perfil del turista

Destino: *Hermosillo*

Persona amante del rey de los deportes: el béisbol. No importa sexo, edad, raza, toda persona que guste de apoyar a su equipo de siempre pero en su nueva casa: Los Naranjeros

Gestión del recurso

Gobierno del Estado de Sonora

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: Para poder asistir a un juego de beisbol, se necesita adquirir un boleto en una de las diferentes zonas del estadio. Los precios varían según la zona: Bleachers \$30, Lateral y Tribuna \$75, Preferente y Central Preferente \$175, Terraza y Platea \$180, Central \$200, Palco Preferente \$250 y Palco Central \$350.

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios: Gran publicidad por toda la ciudad con espectaculares; en medios de comunicación masiva y por redes sociales.

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (4)

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Faltan señalamientos para localizar las entradas o las taquillas.

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: El estadio se encuentra un poco retirado y la única manera de llegar a él es por medio de automóvil ya que aún no hay una ruta de transporte público que vaya hasta el recurso, por lo que puede dificultar el acceso a cierta parte de la población.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuenta con rampas para acceder al recurso y para poder desplazarse dentro de las instalaciones.

Destino: *Hermosillo*

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Muy limpio y las instalaciones en muy buen estado.

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Al llegar al estacionamiento hacen falta señalamientos que indiquen hacia donde exactamente es la entrada al parque y hacia dónde ir a la venta de boletos ya que está muy retirada de la entrada., pero una vez en ella puedes observar los distintos precios arriba ya mencionados.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Señalamientos adecuados para desplazarse por el estadio como donde se localiza el baño, comida, salida, ec.

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (5)

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con una gran alimentos en diferentes "stands": tacos mexicanos al pastor, de alambre, bistec, costillas, chuletas, carne seca, frijol y lechuga, cerveza, snacks, etc.

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Sí, cuenta con una tienda de souvenirs donde puedes encontrar: gorras, camisetas, playeras, chaquetas, pelotas, bats, etc.

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (3)

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Sí, ya que fue reconocido en el mes de octubre con el "Premio del Público" que es parte del galardón "Obra del Año 2013", otorgado por la revista Obras al proyecto con la mayor contribución y trascendencia construido en el país en el último año

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Red de celular sí; teléfonos dentro del recurso; wifi, no.

Destino: **Hermosillo**

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO: ExpoGan Sonora

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA: Hermosillo

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
12 R 443017 3223823

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).



Fuente: UHL
<http://www.ehui.com/wp-content/uploads/2011/04/expo-gan-2011-300x177.jpg>

- () Recurso natural
- () Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- (X) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El objetivo esencial de la Expo es posicionar la ganadería del estado como una de las mejores a nivel internacional. La feria es el mejor espacio para que los ganaderos exhiban sus animales de crianza y que la sociedad conozca los animales de granja que se comercializan en la entidad.

La ExpoGan Sonora, también conocida como la Feria del Pueblo, se realiza en la ciudad de Hermosillo, año con año entre los meses de abril y mayo y a lo largo de 25 días brinda a los asistentes la diversión y el entretenimiento con juegos mecánicos, circo, rodeo y la mejor programación en el teatro del pueblo y en el palenque de la feria.

Actividades turísticas

1. Juegos mecánicos.
2. Pista de hielo.
3. Circo
4. Exposición de ganado
5. Presentaciones de artistas en el Teatro del Pueblo (con tu boleto de admisión) y en el Palenque (con costo extra al boleto de admisión)

Perfil del turista

Destino: *Hermosillo*

Personas de cualquier género y edad que les gusta pasar un buen rato ya sea en familia o con amigos, disfrutando de las diferentes atracciones, juegos mecánicos, presentaciones, exposiciones, etc.

Gestión del recurso

Unión Ganadera Regional de Sonora

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

(X) Sí

() No

Comentarios: El boleto de admisión es de \$50. Existen promociones para los días Lunes y Jueves, la entrada es 2x1 y todos los días las personas de la tercera edad o de capacidades diferentes, entran gratis.

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

(X) No

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

(X) Sí

() No

Comentarios: Propaganda y publicidad por toda la ciudad, medios de comunicación y redes sociales.

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Se puede llegar por auto, y se cuenta con un amplio estacionamiento. También en transporte público en las distintas rutas que salen del centro de Hermosillo como la 4 y 6.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: En la entrada hay rampas para que puedan acceder sillas de ruedas y ya en el interior los pasillos son bastante amplios para poder andar sin problemas por ellos. En la zona de los juegos mecánicos el piso es de tierra, pero sigue siendo accesible si así lo quiere el visitante.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Bastante limpio, pero llega un momento de la noche, en que a las personas ya no les importa y empiezan a tirar los botes o vasos vacíos al piso y esto hace que se vea mal.

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

Destino: *Hermosillo*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Al llegar, están las ventanillas para adquirir tu boleto de admisión y ahí mismo se pueden observar los costos, los horarios y las reglas que debes obedecer una vez adentro del recinto.

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: En cada presentación o exposición hay un módulo de información que te provee de información acerca de lo que se está promoviendo o exhibiendo.

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si, existen sanitarios en el recurso, distribuidos a lo largo, en puntos específicos.

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Existe una zona exclusiva de venta de alimentos (antojitos mexicanos) y otra de bebidas (expendios tanto de cerveza como de tragos preparados, agua, sodas, etc).

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?,¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (5)

Sostenibilidad medioambiental *(¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc).*

1 2 3 4 5 (4)

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si, es la fiesta del pueblo por excelencia, todos los hermosillenses esperan su llegada y cuando esta por fin, van de 2 a 3 veces por semana.

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si, es muy seguro andar disfrutando de las distintas atracciones y eventos que se llevan a cabo en el recurso.

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si existe wifi en el lugar pero está protegido para que no cualquier persona lo utilice, sino la empresa o el negocio que lo provee y necesita. En la entrada del lugar hay teléfonos públicos.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Festival “Un Desierto para la Danza”

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.066851,-110.955843



Fuente:

Imagen cortesía de CONACULTA y SEP

URL:

http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=festival&table_id=434&estado_id=26&municipio_id=30

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- (X) Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La Muestra Internacional Un Desierto Para la Danza se desarrolla en Hermosillo desde 1993 con el objetivo de mostrar propuestas dancísticas de vanguardia internacional, contribuir a la formación de nuevos públicos y promover su desarrollo.

Un desierto para la danza es organizado por el Gobierno del Estado de Sonora, a través del Instituto Sonorense de Cultura, con apoyo del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, la Coordinación Nacional de Danza, teniendo como grupo anfitrión a producciones La lágrima A.C., además de la valiosa alianza con los ayuntamientos de Cajeme, Navojoa y Nogales, a los se han sumado la Universidad de Sonora, Licenciatura en Gestión y Desarrollo de las Artes del Instituto Tecnológico de Sonora, Casa Rosalva A.C., Universidad Tecnológica del Sur de Sonora e Imfoculta, así como Fundación Televisa.

La muestra forma parte de la Red Noroeste de Festivales de Danza conformada por el Festival José Limón en Sinaloa; la muestra Cuerpos en tránsito de Tijuana, Baja California y el Encuentro entre Fronteras, en Mexicali, Baja California.

Álamos

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Acudir a los diferentes escenarios a disfrutar de las presentaciones de grupos de danza nacional e internacional.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Información no disponible dado que se carece de un registro de los asistentes al evento

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Gestión institucional coordinado por el Instituto Sonorense de Cultura.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

Hay presentaciones en espacios abiertos y cerrados de tal forma que en los espacios cerrados si se cobra una cuota de admisión.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios:

El festival no está incluido en una ruta y las Agencias de Viajes no lo promueven en paquete turístico.

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

Se le da difusión al evento por parte del Instituto Sonorense de Cultura.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

La señalización aparece de forma específica en los trípticos de información y /o publicidad

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

En los espacios cerrados si hay señalización interna sin embargo en los espacios abiertos es limitada.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

No todos los escenarios son accesibles, el espacio de estacionamiento es limitado.

Álamos

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Algunos escenarios carecen de accesibilidad para personas con discapacidad, especialmente los espacios abiertos ya que son improvisados.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Los espacios son atendidos en su conservación y limpieza, especialmente los cerrados.

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

En los espacios cerrados donde son las presentaciones si hay información disponible, no sucede así en los espacios abiertos, más bien se da a través de sonido local.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

No aplica

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Los espacios cerrados disponen de mobiliario que hace cómoda la visita, no sucede así en los escenarios al aire libre, si bien se acondiciona, de todas maneras hay deficiencias.

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Los alimentos en ocasiones se limitan a un snack

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No se ofrecen productos alusivos al evento

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No hay tratamiento especial en relación a los desechos que genera el evento.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Álamos

Cada festival es único ya que cada año se cambia el programa y la personalidad del evento se la da los propios asistentes.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Se despliega seguridad por parte de las autoridades locales

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

En los espacios cerrados la conectividad a Wifi es segura, en los abiertos ésta es limitada, sin embargo si hay disponibles teléfonos.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Fiestas Del Pitic

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.075094,-110.959192



Fuente:

Imagen cortesía de CONACULTA y SEP

URL:

http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=museo&table_id=379&estado_id=26&municipio_id=30

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Destinado a los ciudadanos hermosillenses y de las zonas aledañas, este festival cultural y artístico promueve la identidad de la localidad, mediante una participación amplia y abierta. Música, danza, artes visuales, tradiciones, historia y costumbres se despliegan en espacios abiertos para el disfrute de todos con el apoyo y colaboración del Instituto Municipal de Cultura, Arte y Turismo de Hermosillo IMCATUR, con apoyo del Instituto Sonorense de Cultura y la Comisión de Fomento al Turismo de Sonora, algunas empresas de la iniciativa privada y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Apreciación y disfrute de Música, danza, artes visuales, tradiciones, historia, gastronomía y costumbres de la comunidad anfitriona.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Álamos

Información no disponible dado que se carece de un registro de los asistentes al evento, sin embargo se considera que es un turista cultural.

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Instituto Municipal de Cultura, Arte y Turismo de Hermosillo IMCATUR, con apoyo del Instituto Sonorense de Cultura y la Comisión de Fomento al Turismo de Sonora, algunas empresas de la iniciativa privada y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

La mayoría de los escenarios son espacios abiertos en los cuales no se cobra admisión.

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios:

El festival no está incluido en una ruta y las Agencias de Viajes no lo promueven en paquete turístico.

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

Se le da difusión al evento por parte del Instituto Sonorense de Cultura en folletos de información y su página Web, IMCATUR ofrece rueda de prensa a la radio y televisión, se informa sobre el evento y se distribuye publicidad impresa en el ámbito local y regional y COFETUR participa como patrocinador.

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

La señalización aparece de forma específica en los trípticos de información y /o publicidad

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

En los espacios cerrados si hay señalización interna sin embargo en los espacios abiertos es limitada.

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

No todos los escenarios son accesibles, el espacio de estacionamiento es limitado.

Álamos

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Algunos escenarios carecen de accesibilidad para personas con discapacidad, especialmente los espacios abiertos ya que son improvisados.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Los espacios son atendidos en su conservación y limpieza, especialmente los cerrados.

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

En los espacios cerrados donde son las presentaciones si hay información disponible, no sucede así en los espacios abiertos, más bien se da a través de sonido local.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

No aplica

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Los espacios cerrados disponen de mobiliario que hace cómoda la visita, no sucede así en los escenarios al aire libre, si bien se acondiciona, de todas maneras hay deficiencias.

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

En el evento se promueve la gastronomía regiones a través de establecimientos provisionales públicos.

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

La oferta de artesanía está disponible

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

No hay tratamiento especial en relación a los desechos que genera el evento.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

Álamos

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Cada festival es único ya que cada año se cambia el programa y la personalidad del evento se la da los propios asistentes.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Se despliega seguridad por parte de las autoridades locales

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

En los espacios cerrados la conectividad a Wifi es segura, en los abiertos ésta es limitada y también hay disponibles teléfonos.

Destino: Hermosillo

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Teatro de la Ciudad Lic. Alejandro Carrillo Marcor.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.066767,-110.955768



Fuente:

<https://www.google.com.mx/search?q=Edificio+Instituto+Sonorense+de+cultura&rlz=1C1OP>

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Forma parte de las instalaciones de la Casa de la Cultura de Sonora y es administrado por el Instituto Sonorense de Cultura. Fue diseñado por el arquitecto Hiram Marcor, remodelado por los arquitectos Alejandro Luna y Juan Carlos Abaro, e inaugurado el 24 de junio de 1995.

La primera obra que presentó fue La noche de los sin calzones, de Antonio González Caballero, bajo la dirección de Sergio Galindo; la escenografía estuvo a cargo de Roberto Méndez Romandía y los actores fueron Jesús Ochoa, Alfredo García Márquez, Alicia Vidales, Carmen Alicia Espinoza, Brenda Hurtado y Marco Antonio Vázquez. En él se presentan obras de teatro, conciertos de ópera, música, danza, espectáculos infantiles y conferencias. Fue inaugurado en 24 de Junio de 1995.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Apreciación y disfrute de obras de teatro, conciertos, danza, espectáculos infantiles y conferencias.
- 2.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Destino: Hermosillo

Comentarios:

Información no disponible dado que no hay un registro de los asistentes sin embargo se puede considerar que es un turista cultural.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Comentarios:

La gestión es Institucional y le corresponde a la Casa de la Cultura.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

El costo varía dependiendo del espectáculo, pero regularmente es una cuota módica.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios:

Se carece de coordinación con prestadores de servicios turísticos.

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

La promoción en por medio de pendones en sus instalaciones y a través de la radio local.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Si existe señalización aunque ésta es escasa

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Si hay señalización interna aunque no es muy visible.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

El espacio de estacionamiento es limitado y la zona de mucho tráfico vehicular.

Destino: Hermosillo

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Las instalaciones son deficientes en relación a la accesibilidad para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Los espacios son atendidos en su conservación y limpieza, se requiere mantenimiento y/o renovación del mobiliario.

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Hay información disponible el día del evento y el servicio de información y atención es deficiente.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No aplica

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Se carece de mobiliario suficiente que haga cómoda la espera y los sanitarios se encuentran deteriorados.

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Los alimentos en ocasiones se limitan a un snack

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca? ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No se ofrecen productos alusivos al evento

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No hay tratamiento especial en relación a los desechos que genera el evento los cuales son mínimos.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*).

1 2 3 4 5 (1)

Destino: Hermosillo

Comentarios:

El espacio físico es estándar, sin embargo cada obra de teatro es única ya que cada presentación genera una dinámica y personalidad a partir de la audiencia.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

El espacio es seguro, cumple con las normas de seguridad.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Existe acceso wifi y telefonía.

Destino: *Hermosillo*

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO: Isla del Tiburón



MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA: Bahía de Kino (Hermosillo)

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

12R 366243 3207531

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La Isla del Tiburón, alberga a una de las principales comunidades indígenas de la etnia Seri, portadora de una legendaria cultura.

Es la mayor isla mexicana, mide 50 Km. de largo por 25 Km. de ancho y actualmente es Reserva Ecológica para protección de su flora y fauna. En ella habitan el borrego cimarrón y el venado bura. Es una reserva deshabitada pero se puede visitar con un permiso otorgado por la comunidad Seri de Punta Chuecay. Guías Seris brindan recorridos constantes para adentrarnos en el mundo mágico de las islas San Esteban, Patos y la Isla del Tiburón. Los Seris comparten su historia con los visitantes a través de sus artesanías, como collares, aretes, adornos de conchas, hermosos cestos tejidos y teñidos con maravillosos colores, pero también nos asombran con finas esculturas talladas en una dura y pesada madera endémica llamada Palo Fierro.

Actividades turísticas

1. Observación de flora y fauna
2. Excursiones

Perfil del turista

Destino: Hermosillo

Para personas amantes de la naturaleza, de actividades al aire libre. Exploradores y aventureros, que les gusta conocer nuevos lugares. Y que a su vez les gusta combinar con un poco de cultura y conocer las tradiciones y costumbres de una comunidad indígena.

Gestión del recurso

Comunidad Seri

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

(X) Sí () No

Comentarios: Se puede tramitar un permiso para visitar la reserva pero es más fácil visitarla en alguno de los viajes que se realizan para el público en general desde Hermosillo que tiene un costo de alrededor de 350 pesos.

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

(X) Sí () No

Comentarios: Este recurso está incluido en viajes que realiza la agencia "Ecoturismo del Noroeste".

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

(X) Sí () No

Comentarios: Se lleva a cabo promoción a través de las redes sociales y folleto.

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Para llegar aquí, el visitante se debe dirigir a Bahía Kino y realizar un viaje de 30 kilómetros por terracería hacia Punta Chueca y ahí tomar un bote o lancha para llegar a la isla.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: El traslado a la lancha puede ser un inconveniente y la excursión en la Isla.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Se ve limpio y da buena imagen.

Destino: *Hermosillo*

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (No aplica)

Comentarios: Al llegar a la Isla no hay ningún horario o precio a la vista pero si, uno de los miembros de la comunidad Seri recibe al grupo para guiarlos por la Isla.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Platica de la flora y fauna que se puede encontrar en el lugar.

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (1)

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: A menos de que se lleve lonche o se espere al regreso a Bahía de Kino.

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?,¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Los mismos miembros de la comunidad venden sus artesanías, como collares, aretes, adornos de conchas, cestos tejidos y teñidos de colores.

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Se llevan a cabo visitas guiadas y programadas para que no se impacte de manera grave al ecosistema.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si, por ser la isla más grande de México y por poseer 2 especies de animales que están en peligro de extinción.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: No cuenta con wifi, ni teléfonos, ni cibercafés cercanos (hasta Bahía de Kino); la red celular puede fallar.

Hermosillo

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Parque Juárez

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.081507,-110.951961

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- () Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- (X) Recurso de ocio/diversión



Fuente: URL

<http://static.panoramio.com/photos/large/22182886.jpg>

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Es un parque ubicado justamente en el centro de la ciudad, el cual ha sido remodelado recientemente para que la gente se sienta más cómoda al estar en el parque. Cuenta con bancas para las personas, así como una estatua de nuestro expresidente Benito Juárez al centro de la misma.

Alrededor de la plaza se encuentran todas las tiendas del centro, para comprar todo tipo de cosas que necesites, y comer justo al lado en la plaza de la comida.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Disfrutar una tarde en el parque con la familia.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Suelen llegar turistas locales para pasar un tiempo en el parque, ya que se encuentra abierto 24 horas.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

Hermosillo

() Sí

(X) No

Comentarios:

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

(X) No

Comentarios:

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios:

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: No hay algún letrero que te indique dónde está.

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Es un parque muy grande y con poco estacionamiento

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Tiene rampas para entrar al parque.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Es un lugar limpio.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (X)

Hermosillo

Comentarios: no aplica

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: No aplica

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Siempre se encuentran vendedores ambulantes.

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Hay vendedores que venden juguetes para los niños.

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Es un parque cuidado.

Singularidad (¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Es uno de los muchos parques de Hermosillo.

Seguridad (¿El recurso se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Hay guardias que vigilan el lugar.

Comunicación (¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con buena señal de celular y red 3G.

Destino: **Hermosillo**

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO: La Burbuja Museo del Niño A.C.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA: Hermosillo

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
12 R 439113 3221258



Fuente: URL
https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRrY-9RWq6JP-7fDDuXqhdqT87SLD8u-hMVdDZntV_EAjRyL_L6aKzLhNxy

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- (X) Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- (X) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La Burbuja, Museo del niño es un maravilloso mundo que se encuentra dentro del parque Ecológico y Recreativo "La Saucedá" (actualmente cerrado); el mejor lugar para que el niño se integre a la naturaleza en espacios abiertos y cerrados con miles de colores, alegres edificios y formas que hacen una invitación a ese espíritu inquieto y travieso a través de los sentidos.

Alrededor sólo se puede encontrar un ambiente ecológico, recreativo y cultural, árboles, agua, aire puro, la naturaleza para convivir, descansar, gritar, correr en familia. Donde sólo se necesita ingenio y creatividad para descubrir un mundo nuevo.

Por todo esto, la Burbuja Museo del Niño, es un espacio libre para la experimentación y la diversión, una gran área en una zona donde sólo se encuentra alegría, color, naturaleza y diversión que queremos siempre llenar de niños que irán y volverán.

** Actualmente en Mantenimiento

Actividades turísticas

1. Más de 100 exhibiciones interactivas distribuidas en seis salas temáticas y una para los más pequeños.

Perfil del turista

Destino: *Hermosillo*

Hecho especialmente para niños entre 6 y 13 años que les gusta crear pensar, experimentar, aprender y divertirse al mismo tiempo.

Gestión del recurso

Concesionado a una Institución de Asistencia Privada, que recibe subsidio por parte del Gobierno del Estado.

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

(X) Sí

() No

Comentarios. El precio de entrada para niños y adultos es de: \$40.00. También ofrecen paquetes promocionales para el fin de semana: 3 personas X \$110.00, 4 personas X \$145.00, 5 personas X \$175.00

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

(X) No

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: No, su página Web no funciona correctamente así que no se puede promocionar por ese medio y lo hace a través de red social Facebook, el cual es el único medio de contacto.

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (4)

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (4)

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Solo una ruta de transporte público recorre esa zona, pero en automóvil toma de 10-15 minutos llegar desde el centro de la ciudad.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con rampas para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Actualmente, se ve algo descuidado por la remodelación que se lleva a cabo pero cuando estaba en funcionamiento tenía buena imagen.

Destino: *Hermosillo*

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: La persona que está en la taquilla ofrece la información necesaria.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Hay una persona encargada en cada estación o actividad, guiando y ofreciendo información sobre lo que se debe hacer y lo que se debe lograr.

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (5)

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (3)

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (4)

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (2)

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Es un gran lugar ya que los niños pueden aprender jugando; dejando volar su imaginación y su creatividad, aprenden nuevos conocimientos de una forma dinámica y divertida, lo que hace que pongan atención y no se aburran, con las diferentes actividades que hay por realizar en el recinto.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comunicación (*¿Existe Wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: No red de Wifi.

Destino: *Hermosillo*

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO: La Pintada

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA: Hermosillo

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
12 R 442746 3223578



F
URL
Fuente:
https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSD5tn51omHRokoEnQIG2Ca_1QT-gYV6ltj1Y4Mg2zl8Htnfxj5XFhkeA

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

A 60 kilómetros al sur de la capital sonorense encontramos el antiguo refugio indígena de yaquis, seris y mayos ante la llegada de los conquistadores coloniales. Testigo silente de las privaciones y dificultades que los indios sufrieron durante la colonización de sus tierras, sus cuevas sirvieron también de sede para sus ritos de vida y muerte. Hoy en día, es posible admirar rastros de sus manifestaciones pictóricas grabadas en las paredes de las cuevas de la Sierra Prieta, también llamada Sierra Libre o Macizo del Cerro Prieto.

Concentrando más de 2000 pinturas rupestres las cuales han sido investigadas por años y con base a comparaciones con otros vestigios y culturas, se deduce que están relacionadas con la llamada "magia de caza" o "simpática" y ritos de fertilidad. Ahí fueron plasmadas diferentes figuras, algunas de animales y humanos, artísticamente trazadas en colores amarillo, negro, ocre, naranja o blanco. Estos colores son la mayoría de origen mineral, consistentes en óxidos de hierro y tierras calizas.

Los artistas de esos tiempos estaban convencidos de que al reproducir la imagen se podía controlar la vida y la muerte de lo que representaba. Por esta razón muchas veces los animales estaban dibujados con flechas en el cuerpo; así creían tener asegurado el éxito de la futura cacería.

Destino: *Hermosillo*

** Actualmente no está permitido el acceso al público, pero se trabaja en un plan de rescate de las pinturas para su posterior exhibición.

Actividades turísticas

1. Observación de las pinturas rupestres en las paredes de la cueva.
2. Observación de flora, fauna y orografía.

Perfil del turista

Personas de cualquier sexo, y edad suficiente para poder apreciar el arte plasmado en las paredes de la cueva por nuestros antepasados. Amantes de la arqueología y de vestigios antiguos.

Gestión del recurso

INAH / Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios. Cuota de recuperación

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios: No aparece ni siquiera en la página de Sonora Turismo.

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (2)

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (1)

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (2)

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Se requiere mucha infraestructura

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (4)

Destino: *Hermosillo*

Comentarios:.. Sitio en proceso de restauración

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.. Acceso controlado previa

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Con guía especializado la información muy buena

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (1)

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (1)

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?,¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (2)

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Visitas guiadas por grupos controlados para evitar daños a las pinturas y cañones.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si, es un sitio de gran interés e importancia por las cuevas que fueron utilizadas como habitación, reposo para los muertos y santuario de manifestaciones del arte pictográfico de los Seris y Pimas, así como por su extraordinaria vista de flora, fauna y la orografía.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Visitarlo si es seguro pero cuando el recurso queda solo ha sido víctima de actos de vandalismo como grafitis y balazos.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: La red de celular puede fallar, por la ubicación del recurso.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Club de Golf Los Lagos

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.074194,-111.00173

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- () Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- (X) Recurso de ocio/diversión



Fuente: Aurora Galan

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Es uno de los clubes más privados de Hermosillo, ya que necesitas tener membresía para poder formar parte de él y hacer uso de sus instalaciones. El club cuenta con restaurant, canchas de tennis, futbol, baloncesto, y un campo de golf.

Se encuentra dentro de la colonia de los lagos, los cuales cuentan con una seguridad muy estricta, así mismo el club.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Práctica de varios deportes como golf, baloncesto, fútbol, tenis, etc.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

La mayoría de los usuarios son locales.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

(X) Sí

(X) No

Comentarios: Es necesaria una membresía para poder utilizar las instalaciones.

Hermosillo

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

(x) No

Comentarios:

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios:

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Hay letreros que indican como llegar hasta los lagos.

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Se pueden localizar salidas, baños, canchas, etc.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Es muy accesible ya que cuenta con varias entradas y mucho estacionamiento, así como la entrada a cualquier persona.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con estacionamientos azules y rampas para discapacitados; dentro del establecimiento es difícil utilizar las instalaciones.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Es un lugar muy pulcro.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (X)

Hermosillo

Comentarios: no aplica

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con varias hojas con respecto a los eventos próximos.

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuentan con baños muy grandes y muy limpios.

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: Existe en restaurant muy fino al lado del club.

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?,¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: No aplica

Sostenibilidad medioambiental (¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Tiene espacios muy grandes para el campo de golf con áreas verdes y lagos, tratamiento de agua y reciclaje de desperdicios.

Singularidad (¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: No existe un club de tal magnitud en Hermosillo

Seguridad (¿El recurso se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: La colonia completa está resguardada desde la entrada.

Comunicación (¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con buena señal de celular, red 3G y con red wifi para todos los clientes.

Destino: Hermosillo

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Mercado Municipal

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



Fuente:

URL

https://www.google.com.mx/search?q=Mercado+Municipal+de+hermosillo+sonora&rlz=1C1OPRB_enMX559MX559&espv=210&es_sm=93&tbm=isch&source=iu&imgil=qHdJnYn30IK5nM%253A%253Bhttps%253A%252F%252Fencrypted-tbn1.gstatic.com%252Fimages%253Fq%253Dtbn%2

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Forma parte de las instalaciones de la Casa de la Cultura de Sonora y es administrado por el Instituto Sonorense de Cultura. Fue diseñado por el arquitecto Hiram Marcor, remodelado por los arquitectos Alejandro Luna y Juan Carlos Abaro, e inaugurado el 24 de junio de 1995.

La primera obra que presentó fue La noche de los sin calzones, de Antonio González Caballero, bajo la dirección de Sergio Galindo; la escenografía estuvo a cargo de Roberto Méndez Romandía y los actores fueron Jesús Ochoa, Alfredo García Márquez, Alicia Vidales, Carmen Alicia Espinoza, Brenda Hurtado y Marco Antonio Vázquez. En él se presentan obras de teatro, conciertos de ópera, música, danza, espectáculos infantiles y conferencias. Fue inaugurado en 24 de Junio de 1995.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Apreciación y disfrute de obras de teatro, conciertos, danza, espectáculos infantiles y conferencias.
- 2.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Destino: Hermosillo

Comentarios:

Información no disponible dado que no hay un registro de los asistentes sin embargo se puede considerar que es un turista cultural.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Bajo la supervisión de INAH

Comentarios:

La gestión es Institucional y le corresponde a la Casa de la Cultura.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

El costo varía dependiendo del espectáculo, pero regularmente es una cuota módica.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios:

Se carece de coordinación con prestadores de servicios turísticos.

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

La promoción en por medio de pendones en sus instalaciones y a través de la radio local.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Si existe señalización aunque ésta es escasa

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Si hay señalización interna aunque no es muy visible.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (3)

Destino: Hermosillo

Comentarios:

El espacio de estacionamiento es limitado y la zona de mucho tráfico vehicular.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Las instalaciones son deficientes en relación a la accesibilidad para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Los espacios son atendidos en su conservación y limpieza, se requiere mantenimiento y/o renovación del mobiliario.

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios

Hay información disponible el día del evento y el servicio de información y atención es deficiente.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No aplica

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Se carece de mobiliario suficiente que haga cómoda la espera y los sanitarios se encuentran deteriorados.

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Los alimentos en ocasiones se limitan a un snack

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca? ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No se ofrecen productos alusivos al evento

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No hay tratamiento especial en relación a los desechos que genera el evento los cuales son mínimos.

Destino: Hermosillo

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

El espacio físico es estándar, sin embargo cada obra de teatro es única ya que cada presentación genera una dinámica y personalidad a partir de la audiencia.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

El espacio es seguro, cumple con las normas de seguridad.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Existe acceso wifi y telefonía.

Destino: *Hermosillo*

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO: Musas, Museo de Arte de Sonora

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA: Hermosillo

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

12 R 443925 3221480



Fuente: URL

https://encrypted-tbn1.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRylyZwv5_cOnthNxrG33ekBUahVltcUGPbcuPrCh9SrJhhPeLGODbs4Sgj

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- (X) Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El Museo de Arte de Sonora, MUSAS, es un espacio dedicado a la divulgación y promoción del arte y la cultura. Busca el fortalecimiento del público brindándole experiencias significativas y de disfrute, que le ayude a mejorar su relación con el entorno. Tiene como misión plantear el diálogo entre diversas expresiones artísticas nacionales e internacionales a través de sus exposiciones, y dinamizar los espacios culturales del Estado y la región.

Actividades turísticas

1. Exposiciones permanentes y temporales
2. Auditorio que pueden albergar conferencias, foros, etc.
3. Talleres de arte

Perfil del turista

Personas interesadas en el arte y la cultura. Sexo indistinto, edad de 18 años en adelante.

Gestión del recurso

Destino: *Hermosillo*

Secretaria de Educación Pública / CONACULTA

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios: El costo de la entrada al museo es \$30.00 y los domingos gratis; los niños, estudiantes y personas de la tercera edad es \$15.00.

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

Sí

No

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (4)

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuenta con rampas para acceder al recurso y ya dentro las salas son espaciosas para que se pueda deslizar por ellas.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Muy limpio.

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (4)

∴ En la puerta están los horarios y ya adentro el precio.\

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: En cada sala hay una pequeña descripción y en cada pieza o pintura tiene un pequeño recuadro para poner el nombre de la obra.

Destino: *Hermosillo*

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita.*)

1 2 3 4 5 (4)

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación.*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con cafetería

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (5)

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*)

1 2 3 4 5 (4)

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Sí, ya que es hogar de exposiciones únicas tanto nacionales e internacionales.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Red de celular sí; teléfonos dentro del recurso.

Destino: *Hermosillo*

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Museo de Culturas Populares e Indígenas de Sonora

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

12 R 441091 3222325

FOTOGRAFÍA:



Fuente:

URL

https://encrypted-tbn3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRoEd30LXWdmPyqDIO3G-bEIAVvRWprL2deJv5TydUgZaDgDpEH3_Arg2sH

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- (X) Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

En el estado de Sonora actualmente viven más de cien mil indígenas principalmente de las etnias yaqui y mayo, debido a esto, el gobierno estatal ha dedicado grandes recursos a la protección de su cultura y de elementos esenciales de la cultura mexicana a través de exposiciones temporales como vestuarios típicos, máscaras artesanales, juguetes regionales, así como parafernalia de la antigua Cervecería de Sonora, orgullo de la región.

Cuenta con dos salas de exhibición y murales sobre grupos étnicos de Sonora, realizados por la pintora Ethel Cook.

También se le conoce como Casa Hoeffler ya que fue propiedad original del Dr. Alberto Hoeffler, quien en 1904 inició su construcción. En ella se refleja la influencia francesa que caracterizó al Porfiriato y en la actualidad es albergue de una vasta riqueza histórica del Estado.

Destino: *Hermosillo*

Actividades turísticas

1. Visitas Guiadas (previa cita)
2. Área de Investigación
3. Centro de Información y Documentación (CID)
4. Teatro del Pueblo

Perfil del turista

Personas de cualquier género o edad interesadas en el conocimiento sobre historia, cultura y patrimonio del Estado de Sonora.

Gestión del recurso

Instituto Sonorense de Cultura / CONACULTA

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios.

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios: En los meses de verano, se llevan a cabo talleres gratis para niños.

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (4)

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (4)

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Muy accesible, localizado en el centro de la ciudad, muy cerca de la Catedral de Hermosillo.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuenta con rampas a disposición de los usuarios que así lo requieran.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: A pesar de ser un edificio viejo, se conserva en buen estado, dando una imagen limpia.

Destino: *Hermosillo*

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Hay una persona encargada en la puerta que proporciona la información necesaria.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (4)

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (4)

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Solo botanas y antojitos mexicanos de vendedores ambulantes.

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Afuera del recinto, en la Plaza Bicentenario se pueden encontrar vendedores ambulantes para comprar artesanías.

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (4)

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Si, ya que permite conocer y aprender más de las culturas indígenas con las que cuenta el Estado.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios SI, y para que el visitante se sienta aun mas seguro cuenta con guardias..

Comunicación (*¿Existe Wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: No cuenta con Wifi.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Museo étnico de Los Seris

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Bahía de Kino, Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

28.857489,-112.013965



Fuente:

Imagen cortesía de CONACULTA y SEP

URL:

http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=museo&table_id=379&estado_id=26&municipio_id=30

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El inmueble sede del museo fue construido en 1970 e inicialmente funcionó como restaurante. Remodelado como museo por la Dirección de Obras Públicas del gobierno del estado e inaugurado el 10 de septiembre de 1985. Su objetivo es preservar y difundir los valores culturales de la etnia *coonca'ac* o seri. Tiene en su haber artefactos y artesanías, objetos ceremoniales antiguos y actuales, así como fotografías de más de un siglo de antigüedad.

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso*).

1. Apreciación de artefactos y artesanías, objetos ceremoniales antiguos y actuales, así como fotografías de más de un siglo de antigüedad de la cultura Seri.

Perfil del turista (*Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.*)

Hermosillo

Información no disponible sin embargo se considera que es un turista cultural.

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Responsable de la comunidad en Kino Viejo.

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)

Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

Se paga una cuota mínima y hay descuento para estudiante y personas de la tercera edad.

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). *Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

Sí

No

Comentarios:

El museo no se ofrece como atractivo en paquetes turísticos organizados.

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). *Escoja opción y describa.*

Sí

No

Comentarios:

Se carece de promoción turística particular e institucional.

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Existe mínima señalización externa.

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Si hay señalización mínima que oriente el sentido de la exhibición dentro del museo.

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

El museo es accesible y tiene espacio de estacionamiento suficiente para su demanda.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Se carece de accesibilidad para personas con capacidades diferentes.

Hermosillo

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

El espacio interior y exterior son atendidos en su conservación y limpieza.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Si hay información disponible publicada, sin embargo el servicio de información es deficiente.

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Existe una buena descripción e interpretación de los recursos del museo.

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Se carece de elementos de apoyo que hagan cómoda la visita.

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Dadas las características del recurso no se permiten alimentos y bebidas a su interior.

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

No se ofrecen productos artesanales a la venta, solamente en los alrededores de la zona.

Sostenibilidad medioambiental (¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Los desechos que se generan son casi nulos..

Singularidad (¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

El recurso es diferenciado en relación a otros similares, ya que se trata de la exhibición de artículos de la étnia Seri cuyo asentamiento está en la costa de Hermosillo y la Isla del Tiburón.

Seguridad (¿El recurso se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

El destino y el lugar es seguro en todos los aspectos.

Comunicación (¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (3)

Hermosillo

Comentarios:

La conectividad de wifi es limitada y se carece de servicio público de teléfono

Destino: **Hermosillo**

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:

Museo Regional de Sonora

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

12 R 505110 3216142



Fuente: URL https://encrypted-tbn1.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcR0I42adnnzmkpT7sauN0iPwG3cXs8rhf4hpx3GZU59_9u6TECQz9npV-U

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- (X) Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La primera cárcel de Hermosillo se fundó en el año de 1815 y fue ubicada a un costado de la plaza principal, en la calle actualmente conocida como Doctor Paliza. En el año de 1855 el penal fue trasladado a la calle del Datilito, hoy Garmendia, donde se juntaba con la calle de Los Laureles, hoy calle Morelia.

En los últimos años del siglo XIX el gobierno del estado de Sonora decidió la construcción de un moderno edificio con fines penitenciarios, para ello se contrató al ingeniero Arthur Francis Wrotnowski.

El inmueble es una magnífica construcción de la época porfiriana, enclavado a las faldas del Cerro de la Campana y construido en gran parte con la misma piedra extraída del simbólico cerro.

Fue inaugurado el 15 de septiembre de 1908, por el entonces gobernador Luis E. Torres, aunque, se dice, fue ocupada como prisión desde varios años antes, siendo los mismos presos y en especial los indígenas yaquis, los que trabajaron en su construcción.

Aviso: En este momento el Museo Regional de Sonora está cerrado al público por reestructuración.

Actividades turísticas

1. Visitas guiadas a grupos escolares o especiales.
2. Espacios de animación cultural durante las exposiciones temporales
3. Talleres educativos a instituciones públicas y privadas

Perfil del turista

Personas de cualquier género o edad interesadas en el conocimiento sobre historia, cultura y patrimonio.

Destino: *Hermosillo*

Gestión del recurso

CONACULTA/INAH

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios: El precio de admisión es de \$29 pesos de martes a sábado, se hace precio a escuelas y los domingos es gratis para todos.

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

Sí

No

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (2)

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (4)

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: *Hermosillo*

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita.*)

1 2 3 4 5 (5)

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación.*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta sólo con máquinas dispensadoras de alimentos y bebidas.

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con una tienda de publicaciones y reproducciones del INAH.

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*)

1 2 3 4 5 (4)

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si, por el acondicionamiento y la restauración de la penitenciaría, compuesto además, por 18 salas de exposición permanente, cinco salas para exposición temporal y un auditorio con 130 butacas.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: La zona del museo, si cuenta con red de celular y hay varios teléfonos y cibercafés cercanos al lugar.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Museo y Biblioteca de Historia y Antropología Regional De la Universidad de Sonora.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.083917,-110.958193



Fuente:

Imagen cortesía de CONACULTA y SEP

URL:

http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=museo&table_id=741&estado_id=26

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- (X) Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

En el año de 1957 abrió sus puertas al público lo que hoy es el Museo Regional de la Universidad de Sonora. Durante las décadas de 1940 y 50 nuestra ciudad estaba en plena fase de desarrollo urbano, y la existencia del Museo se veía como una necesidad tendiente a reconocer los valores de la cultura mexicana y hacer este reconocimiento accesible a los sonorenses. Así, la primera exhibición museográfica se dedicó a la cultura mesoamericana, y años después, en la medida que avanzaban los estudios regionales, se fue constituyendo un acervo de valiosas piezas arqueológicas e históricas de la región noroeste, que hoy se muestran al visitante.

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso*).

1. Apreciación y disfrute de piezas arqueológicas e históricas del noroeste de la República Mexicana historia, así como consulta del acervo bibliográfico.
- 2.

Perfil del turista (*Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.*)

Álamos

Información no disponible dado que se carece de la interpretación del registro de los visitantes, sin embargo se puede considerar que es un turista cultural.

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

La gestión es Institucional y le corresponde a la Universidad de Sonora.

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

La mayoría de los escenarios son espacios abiertos en los cuales no se cobra admisión.

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios:

El festival no está incluido en una ruta y las Agencias de Viajes no lo promueven en paquete turístico.

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios: Se le da difusión al evento por parte del Instituto Sonorense de Cultura en folletos de información y su página Web, IMCATUR ofrece rueda de prensa a la radio y televisión, se informa sobre el evento y se distribuye publicidad impresa en el ámbito local y regional y COFETUR participa como patrocinador.

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: La señalización aparece de forma específica en los trípticos de información y/o publicidad

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: En los espacios cerrados si hay señalización interna sin embargo en los espacios abiertos es limitada.

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

No todos los escenarios son accesibles, el espacio de estacionamiento es limitado.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

Álamos

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Algunos escenarios carecen de accesibilidad para personas con discapacidad, especialmente los espacios abiertos ya que son improvisados.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Los espacios son atendidos en su conservación y limpieza, especialmente los cerrados.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

En los espacios cerrados donde son las presentaciones si hay información disponible, no sucede así en los espacios abiertos, más bien se da a través de sonido local.

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

No aplica

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Los espacios cerrados disponen de mobiliario que hace cómoda la visita, no sucede así en los escenarios al aire libre, si bien se acondiciona, de todas maneras hay deficiencias.

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

No aplica

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca? ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No

Sostenibilidad medioambiental (¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

No hay tratamiento especial en relación a los desechos que se generan.

Singularidad (¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Recurso importante por el valor histórico y cultural que representa

Álamos

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Se despliega seguridad por parte de las autoridades locales

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Si

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Palacio de Gobierno

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.074967,-110.958192

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión



Fuente: Aurora Galan

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Es el palacio de gobierno del estado de Sonora, por lo que cuenta con instalaciones muy bonitas, desde murales pintados completamente por artistas estatales hasta estatuas de personajes importantes de la historia. Es un palacio muy bonito, cuenta con todos los servicios, pero estos son solo para las oficinas. No cuenta con estacionamiento ni está acondicionado para las personas con capacidades diferentes.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Disfrutar de la arquitectura del lugar y las pinturas.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Información no disponible dado que se carece de un registro de los asistentes al evento. El tipo de turista suele ser local y del estado.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios: La entrada es gratuita.

Hermosillo

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios:

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Hay señalamiento para llegar a la plaza.

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Puedes ver la localización de los baños, salidas de emergencia, oficinas, etc.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Cuenta con varias calles para entrar pero muy poco estacionamiento.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con estacionamiento ni con rampas para discapacitados.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Es un lugar muy limpio por dentro y por fuera.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No hay recepción ni información en ventanas.

Hermosillo

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Dentro de cada oficina puedes preguntar por trámites.

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuentan con baños dentro de las oficinas pero no para todo público.

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: No aplica.

Sostenibilidad medioambiental (¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Singularidad (¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Solo existe un palacio de gobierno.

Seguridad (¿El recurso se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuenta con varios guardas de seguridad.

Comunicación (¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con buena señal de celular y red 3G, y wifi.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Parque Popular infantil

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.078376,-110.944352



Fuente: Aurora Galan

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El parque infantil es un parque recreativo para niños, el cual cuenta con juegos mecánicos como carritos chocones, rueda de la fortuna, una pequeña montaña rusa, etc. Es un parque muy grande, con muchas cosas por hacer, y se suelen hacer eventos para los niños, como posadas o fiestas.

Es un lugar muy tranquilo, donde los niños pueden divertirse mientras los papás disfrutan de algún snack o los shows que se presentan.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Diversión para los niños en los juegos mecánicos.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No se recauda información de los visitantes, pero estos suelen ser visitantes del estado.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios: Pagas por entrar más aparte los juegos.

Hermosillo

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

(X) Sí

() No

Comentarios: Cuenta con paquetes para visitar todo el parque.

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

(X) Sí

() No

Comentarios: Se promociona en la radio.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No hay señalamiento de ningún tipo.

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Puedes ver la localización de los baños, salidas de emergencia, juegos, etc.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con varias calles para entrar y amplio estacionamiento.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con estacionamiento azul y rampas en todo el establecimiento.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Es un lugar muy limpio por dentro y por fuera.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Hay información de precios, horarios, etc. En las ventanillas por fuera.

Hermosillo

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Puedes ver las especificaciones de los juegos.

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuentan con baños muy limpios y muy amplios.

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Hay una pequeña tienda que vende alimentos.

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Fuera del establecimiento venden juguetes para los niños.

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con muchos árboles y jardines.

Singularidad (¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Es un parque muy visitado por muchas familias.

Seguridad (¿El recurso se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con varios guardas de seguridad.

Comunicación (¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con buena señal de celular y red 3G.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Parque Madero

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.079276,-110.947168

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- () Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- (X) Recurso de ocio/diversión



Fuente: Aurora Galan

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El parque madero es uno de los principales parques del municipio, siendo uno de los más grandes. Fue remodelado recientemente para darle una mayor comodidad al visitante para que descansa un tiempo y pasar un rato con su familia y amigos.

Cuenta con mucho estacionamiento así como accesibilidad para las personas con capacidades diferentes; el parque es muy seguro pues cuenta con guardias y casetas de policía en todo el lugar.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Disfrutar una tarde en el parque con la familia.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El turista visitante normalmente suele ser local.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios:

Hermosillo

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios:

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: No hay algún letrero que te indique dónde está.

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: En el parque puedes ver letreros con información del mismo.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es un parque muy grande y con amplio estacionamiento.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Tiene rampas en cada una de las entradas y muchos estacionamientos azules.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es un lugar muy limpio.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Hermosillo

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Tiene baños pequeños.

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Siempre se encuentran vendedores ambulantes.

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Hay vendedores que venden juguetes para los niños.

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Es un parque muy grande y muy bien cuidado.

Singularidad (¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es uno de los parques más bonitos de Hermosillo.

Seguridad (¿El recurso se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Si, hay guardias que vigilan el lugar.

Comunicación (¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con buena señal de celular y red 3G.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Parroquia de Nuestra Señora del Rosario de Fátima

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.090794,-110.96545

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- (X) Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión



Fuente: Aurora Galan

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La parroquia de Fátima es una de las más bonitas de Hermosillo, a la cual suelen ir muchas personas a rezar todos los días.

Al entrar al templo, te das cuenta de su magnificencia, debido a la gran altura del templo, de las pinturas, los cuadros, las estatuas, los colores y los vitrales del mismo, ahí es donde percibes en verdad lo que es un verdadero templo católico.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Disfrutar de la arquitectura del lugar así como sus misas.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

La mayoría de los turistas que van al templo suelen ser locales.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: La entrada es gratuita a todo público.

Hermosillo

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

(X) No

Comentarios:

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Se promociona por la radio.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Se puede localizar el templo desde lejos.

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: puedes ver rutas de emergencia.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Está ubicada muy céntricamente, pero cuenta con poco estacionamiento.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con rampa en la entrada y dentro del templo.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Es un establecimiento muy limpio por dentro y por fuera.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Cuenta con carteles e invitaciones a eventos.

Hermosillo

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Tiene un periódico mural con algunas publicaciones.

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: No aplica

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: No aplica.

Sostenibilidad medioambiental (¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con un parque muy limpio y cuidado.

Singularidad (¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Existen varias parroquias como estas.

Seguridad (¿El recurso se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Cuenta con un velador.

Comunicación (¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con buena señal de celular y red 3G.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Plaza Bicentenario

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.073987,-110.958021

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- () Recurso cultural
- (X) Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- (X) Recurso de ocio/diversión



Fuente: Aurora Galan

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Es una plaza muy bonita, que cuenta con restaurants, tiendas comerciales y una hermosa fuente; cada día se juntan varias personas para conocer la nueva plaza y disfrutar de la deliciosa comida que ofrecen los locales, así como comprar un lindo recuerdo de la tienda de artesanías sonorenses.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Compras de artesanías.
2. Disfrutar de una buena comida junto a la plaza.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Los turistas más concurrentes son locales.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: Para comer y comprar artesanías necesitar pagar.

Hermosillo

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios:

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No hay algún letrero que te indique dónde está.

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: En la plaza puedes ver letreros de cada uno de los establecimientos.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: No cuenta con estacionamiento.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Cuenta con una rampa para entrar.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Es un lugar muy limpio.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Puedes ver horarios de los establecimientos.

Hermosillo

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Puedes ver lo que venden y sus precios.

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Los baños están muy limpios y hay en cada establecimiento.

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Existen varios puestos para comprar comida en toda la plaza.

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Hay una tienda de artesanías en la planta alta.

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Cuenta con pocos árboles y áreas verdes.

Singularidad (¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es una plaza muy bonita y con tiendas especiales.

Seguridad (¿El recurso se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Hay guardias que vigilan el lugar.

Comunicación (¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con buena señal de celular y red 3G, así como wifi.

Destino: Hermosillo

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Plaza de Los Tres Pueblos

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.064045,-110.95511



Fuente:

URL

<http://www.mexicoenfotos.com/mx/MX12551433664611.jpg>

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

En memoria de Batúc, Suaqui y Tepupa, pueblos de la sierra que fueron inundados al construirse la presa Plutarco Elías Calles "El Novillo".

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Descanso y esparcimiento

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Comentarios:

Información no disponible dado que no hay un registro de los asistentes sin embargo se puede considerar que es un turista cultural.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Comentarios:

La gestión es Municipal al ser una plaza pública.

Destino: Hermosillo

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

Acceso libre

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios:

Se carece de coordinación con prestadores de servicios turísticos.

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Existe una placa con información en el lugar.

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No aplica.

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc.*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

El espacio de estacionamiento es limitado y la zona es de mucho tráfico vehicular.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Las instalaciones son deficientes en relación a la accesibilidad para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Los espacios son atendidos en su conservación y limpieza por el Ayuntamiento sin embargo se requiere mantenimiento.

Destino: Hermosillo

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No aplica

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No aplica

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Se carece de mobiliario suficiente que haga cómoda la espera y no hay sanitarios públicos.

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No se expenden alimentos en la plaza.

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca? ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Se carece de oferta de artesanías.

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No hay tratamiento especial en relación a los desechos que se generan en la plaza y los cuales son mínimos.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

El espacio tiene personalidad propia, son restos que se rescataron antes de la inundación y le genera emoción aquellas personas cuyos pueblos fueron inundados.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: El espacio es seguro para los visitantes.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Se carece de disponibilidad de wifi pero si hay acceso a telefonía móvil .

Destino: Hermosillo

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Teatro de la Ciudad Lic. Alejandro Carrillo Marcor.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.076125,-110.954772



Fuente

URL

<http://www.panoramio.com/photo/695204>

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Forma parte de las instalaciones de la Casa de la Cultura de Sonora y es administrado por el Instituto Sonorense de Cultura. Fue diseñado por el arquitecto Hiram Marcor, remodelado por los arquitectos Alejandro Luna y Juan Carlos Abaro, e inaugurado el 24 de junio de 1995.

La primera obra que presentó fue La noche de los sin calzones, de Antonio González Caballero, bajo la dirección de Sergio Galindo; la escenografía estuvo a cargo de Roberto Méndez Romandía y los actores fueron Jesús Ochoa, Alfredo García Márquez, Alicia Vidales, Carmen Alicia Espinoza, Brenda Hurtado y Marco Antonio Vázquez. En él se presentan obras de teatro, conciertos de ópera, música, danza, espectáculos infantiles y conferencias. Fue inaugurado en 24 de Junio de 1995.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Apreciación y disfrute de obras de teatro, conciertos, danza, espectáculos infantiles y conferencias.
- 2.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Destino: Hermosillo

Comentarios: Información no disponible dado que no hay un registro de los asistentes sin embargo se puede considerar que es un turista cultural.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Comentarios:

La gestión es Institucional y le corresponde a la Casa de la Cultura.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

El costo varía dependiendo del espectáculo, pero regularmente es una cuota módica.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios:

Se carece de coordinación con prestadores de servicios turísticos.

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

La promoción en por medio de pendones en sus instalaciones y a través de la radio local.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Si existe señalización aunque ésta es escasa

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Si hay señalización interna aunque no es muy visible.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

El espacio de estacionamiento es limitado y la zona de mucho tráfico vehicular.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Destino: Hermosillo

Las instalaciones son deficientes en relación a la accesibilidad para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Los espacios son atendidos en su conservación y limpieza, se requiere mantenimiento y/o renovación del mobiliario.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Hay información disponible el día del evento y el servicio de información y atención es deficiente.

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No aplica

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Se carece de mobiliario suficiente que haga cómoda la espera y los sanitarios se encuentran deteriorados.

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Hay vendedores ambulantes los fines de semana

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca? ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: No se ofrecen productos alusivos al evento

Sostenibilidad medioambiental (¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No hay tratamiento especial en relación a los desechos que genera el evento los cuales son mínimos.

Singularidad (¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

El espacio físico es estándar, sin embargo cada obra de teatro es única ya que cada presentación genera una dinámica y personalidad a partir de la audiencia.

Seguridad (¿El recurso se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: El espacio es seguro.

Destino: Hermosillo

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Existe acceso wifi y de telefonía.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Plaza Zaragoza

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.075024,-110.959099

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- () Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- (X) Recurso de ocio/diversión



Fuente. Aurora Galan

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Es la plaza que se localiza fuera de la catedral y del palacio de Gobierno; es una de las plazas más importantes de Hermosillo, donde se suelen pasar los domingos en familia o con los amigos y disfrutar de un buen coctel de elote o un raspado.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Diversión para los niños y grandes en una tarde en la plaza.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Los asistentes a la plaza suelen ser locales.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios:La entrada es gratuita

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Hermosillo

Sí

No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Poca señalización para llegar a la plaza.

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con varias calles para entrar y poco estacionamiento.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con estacionamiento azul y rampas en todo el establecimiento.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es un lugar muy limpio.

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (X)

Hermosillo

Comentarios: no aplica

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita?*).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Existen varios puestos para comprar comida.

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Hay muchos puestecitos para comprar pequeños souvenirs.

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuenta con muchos árboles y jardines.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Es un parque muy visitado por muchas familias, pero hay muchos como ese.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Cuenta con vigilancia de noche.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Cuenta con buena señal de celular y red 3G.

Destino: **Hermosillo**

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO: Punta Chueca



Fuente: Lupita Moreno

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Bahía de Kino (Hermosillo)

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

12 R 462790 3245905

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- (X) Recurso natural
- (X) Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Ubicada a tan sólo 52 kilómetros de Bahía de Kino, aquí se puede apreciar en toda su magnitud la recia imagen rocosa de la isla del Tiburón, que con su cercanía forma el Canal del Infiernillo. Punta Chueca alberga a indígenas Seris desde tiempos arcaicos, quiénes ahora viven en modestas casonas cerca del mar, aprovechando sus riquezas y comerciando sus artesanías elaboradas con la madera de palo fierro.

Gran parte de los integrantes de ésta etnia se dedica a la elaboración de coloridas artesanías, como collares, pulseras, vasijas tejidas y prendas de vestir, además de esculturas de madera del Palo Fierro, árbol nativo del lugar.

Actividades turísticas

1. Buceo (con permiso de los Seris)
2. Pesca (con permiso de los Seris)
3. Paseos a la Isla de Tiburón
4. Ritual de Sanación Seri (ser testigo de rituales con chamanes de la comunidad)
5. Visita al Museo

Destino: *Hermosillo*

Perfil del turista

Ideal para todos los amantes del sol y playa y de los deportes acuáticos. A su vez combinan con su lado cultural, y se interesan por conocer y aprender sobre la cultura Seri.

Gestión del recurso

Comunidad Seri

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí (X) No

Comentarios: Para entrar no, pero para adquirir uno de los permisos para llevar a cabo alguno de las actividades que se pueden realizar, si lo hay.

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

(X) Sí () No

Comentarios: En la ruta del programa "Sonora Sonríe" de la COFETUR llamada "Ruta de Sanación Seri".

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí (X) No

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (4)

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (4)

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Desde Bahía de Kino, son 30 minutos de pura terracería, lo que podría causar algún inconveniente a la hora de acceder.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Destino: *Hermosillo*

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (2)

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (1)

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?,¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Coloridas artesanías, como collares, pulseras, vasijas tejidas y prendas de vestir, además de esculturas de madera del Palo Fierro.

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: El poder ser testigo de los hábitos y costumbres de la comunidad Seri, hacen que visitar Punta Chueca sea una gran experiencia.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc. ?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: La red celular puede no ser muy fuerte; no se cuenta con wifi.

Destino: Hermosillo

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Radio Sonora

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.07695,-110.954975



Fuente:

URL

<https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQChHt6g8TJK5J2zpvOvFuTboUDlaclkm4jyJDapvytk5xc8x8onQ>

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- (X) Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Inmueble con categoría de monumento histórico y que alberga a las instalaciones de la radio oficial RADIO SONORA.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Apreciación y disfrute de su arquitectura e historia.
- 2.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Comentarios:

Información no disponible dado que no hay un registro de los asistentes sin embargo se puede considerar que es un turista cultural.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Comentarios:

La gestión es Institucional y le corresponde a la administración de la propia radio.

Destino: Hermosillo

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios: no aplica dado que no se ofrecen recorridos guiados

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios:

Se carece de coordinación con prestadores de servicios turísticos.

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

No aplica

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Si existe señalización aunque ésta es escasa dada su categoría de monumento histórico

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Si hay señalización interna aunque insuficiente.

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

El espacio de estacionamiento es limitado ya que está dentro de una zona peatonal y alrededor hay mucho tráfico vehicular y no hay espacios suficientes para estacionamiento.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Las instalaciones son deficientes en relación a la accesibilidad para personas con capacidades diferentes, funcionan principalmente como oficinas.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Hermosillo

Comentarios:

Los espacios presentan una buena limpieza e imagen.

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Hay información disponible relativa al horario, el servicio de información y atención es bueno y no hay cobro para ingresar al recurso ya que este no se comercializa como producto turístico.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No aplica

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Si hay mobiliario para la atención a los visitantes.

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No hay disponible la venta de alimentos

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca? ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No se ofrecen productos artesanales

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

No hay tratamiento especial en relación a los desechos que se generan, el aprovechamiento del recurso considera la sostenibilidad ya que se está aprovechando un inmueble histórico.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

El inmueble es similar a otros de su tipo, la diferencia es el uso que se le da.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

El espacio es seguro, cumple con las normas de seguridad.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Destino: Hermosillo

Existe acceso wifi y de telefonía.

Hermosillo

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Parroquia de la Santísima Trinidad Hubard

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.105545,-110.948804

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- (X) Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión



Fuente: Aurora Galan

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La parroquia de la santísima trinidad es un templo localizado cerca de la colonia Pitic en Hermosillo; es una de las parroquias más representativas de Hermosillo, donde se realizan misas todos los días, y los domingos son días familiares en el parque.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Disfrutar de la arquitectura del lugar así como sus misas.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Los turistas suelen ser locales.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: La entrada es gratuita a todo público.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Hermosillo

() Sí

(X) No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Se promociona por la radio.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Se puede localizar el templo desde lejos.

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: puedes ver rutas de emergencia y el seguimiento del viacrucis.

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Está ubicada muy céntricamente, pero no cuenta con estacionamiento.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con rampa en la entrada.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es un establecimiento muy limpio por dentro, con un poco de basura por fuera.

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con carteles e invitaciones a eventos.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (4)

Hermosillo

Comentarios: Tiene varios periódicos murales con diferentes publicaciones.

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita?*).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Hay varios puestos de comida por fuera.

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Hay una pequeña tienda de souvenirs por fuera.

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Es un parque, solo que un poco descuidado.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Existen varias parroquias como estas.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Cuenta con varios guardias de seguridad fuera del establecimiento en los eventos.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con buena señal de celular y red 3G.

Destino: Hermosillo

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Sociedad de Artesanos.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.07835,-110.95464



**Fuente:
URL**

http://www.sic.gob.mx/ficha.php?table=centro_cultural&table_id=2117

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- (X) Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El edificio que alberga hoy al centro cultural data de 1896 y se encuentra ubicado en pleno centro histórico de la ciudad de Hermosillo. Antaño fue sede de la Sociedad de Artesanos Hidalgo a la que debe su nombre. El Ayuntamiento de Hermosillo a través de IMCATUR y la Universidad de Sonora se dieron a la tarea de recuperar el inmueble casi destruido y realizar una labor de restauración para su uso cultural.

La primera obra que presentó fue La noche de los sin calzones, de Antonio González Caballero, bajo la dirección de Sergio Galindo; la escenografía estuvo a cargo de Roberto Méndez Romandía y los actores fueron Jesús Ochoa, Alfredo García Márquez, Alicia Vidales, Carmen Alicia Espinoza, Brenda Hurtado y Marco Antonio Vázquez. En él se presentan obras de teatro, conciertos de ópera, música, danza, espectáculos infantiles y conferencias.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Apreciación y disfrute de obras de exposiciones pictóricas, conciertos, danza, espectáculos y conferencias.

Destino: Hermosillo

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Comentarios:

Información no disponible dado que no hay un registro de los asistentes sin embargo se puede considerar que es el de un turista cultural.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Comentarios:

La gestión es pública y le corresponde al Instituto Sonorense de la Casa de la Cultura.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

El costo varía dependiendo del evento.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios:

Se carece de coordinación con prestadores de servicios turísticos.

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

Se carece de un calendario de eventos o actividades

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Si existe señalización aunque ésta es escasa

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Se carece, dado que no está en funciones

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Destino: Hermosillo

Se carece de estacionamiento propio, solo el que esté disponible en la calle y la zona es de mucho tráfico vehicular.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Las instalaciones son deficientes en relación a la accesibilidad para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Los espacios son atendidos en su conservación y limpieza, requiere conservación.

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Hay información disponible el día del evento.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Si es una exposición pictórica hay buena información.

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Se carece de mobiliario suficiente que haga cómoda la visita y los sanitarios son básicos.

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Los alimentos no se permiten

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca? ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Se carece de oferta de artesanías.

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

No hay tratamiento especial en relación a los desechos que genera el evento los cuales son mínimos y se esta aprovechando un inmueble histórico.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*).

Destino: Hermosillo

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: El inmueble es típico de la época, sin embargo los eventos y su vinculación con el público asistente son los que generan su dinámica y personalidad.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

El espacio es seguro, cumple con las normas de seguridad.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Existe acceso wifi y de telefonía.

Destino: Hermosillo

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Sociedad Sonorense de Historia.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.078338,-110.957218



Fuente:

URL

<http://www.elimparcial.com/EdicionEnLinea/Fotos/Noticias/612803-N.JPG>

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso*).

1. Apreciación y disfrute de conferencias, presentaciones de libros, espacios para la investigación.

Perfil del turista (*Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.*)

Comentarios: Información no disponible dado que no hay un registro de los asistentes sin embargo se puede considerar que es un visitante y turista cultural.

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Comentarios: La gestión le corresponde a la propia Asociación.

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Destino: Hermosillo

Comentarios:

El recurso no se promueve turísticamente, no se cobra por el acceso.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

(x) No

Comentarios:

Se carece de coordinación con prestadores de servicios turísticos.

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios:

Los eventos que se realizan en sus instalaciones son su promoción

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si existe señalización aunque ésta es escasa

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Si hay señalización interna básica.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

El espacio de estacionamiento es limitado y la zona de mucho tráfico vehicular.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Las instalaciones son deficientes en relación a la accesibilidad para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Los espacios son atendidos en su conservación y limpieza, se requiere mantenimiento y/o renovación del mobiliario.

Recepción e Información externa (¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).

1 2 3 4 5 (2)

Destino: Hermosillo

Comentarios:

Hay información básica disponible y el servicio de información y atención es bueno.

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No aplica

Sanitarios y otros servicios básicos (¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Se carece de mobiliario suficiente que haga cómoda la espera.

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Se carece del servicio de alimentos y bebidas.

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca? ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No aplica

Sostenibilidad medioambiental (¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

No hay tratamiento especial en relación a los desechos que genera los cuales son mínimos, las instalaciones corresponden a un monumento histórico que está siendo aprovechado.

Singularidad (¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

El inmueble es típico de la época, la función que presta es lo que lo hace diferente.

Seguridad (¿El recurso se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Si, el inmueble cumple con las normas de seguridad.

Comunicación (¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Existe acceso wifi y telefonía.

Destino: Hermosillo

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Teatro de la Ciudad Lic. Alejandro Carrillo Marcor.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.066767,-110.955768



Fuente:

Cortesía de SEP y CONACULTA

URL

http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=teatro&table_id=155&estado_id=26

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Forma parte de las instalaciones de la Casa de la Cultura de Sonora y es administrado por el Instituto Sonorense de Cultura. La primera obra que presentó fue La noche de los sin calzones, de Antonio González Caballero, bajo la dirección de Sergio Galindo; la escenografía estuvo a cargo de Roberto Méndez Romandía y los actores fueron Jesús Ochoa, Alfredo García Márquez, Alicia Vidales, Carmen Alicia Espinoza, Brenda Hurtado y Marco Antonio Vázquez. En él se presentan obras de teatro, conciertos de ópera, música, danza, espectáculos infantiles y conferencias. Fue inaugurado en 24 de Junio de 1995.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Apreciación y disfrute de obras de teatro, conciertos, danza, espectáculos infantiles y conferencias.
- 2.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Comentarios:

Información no disponible dado que no hay un registro de los asistentes sin embargo se puede considerar que es un turista cultural.

Destino: Hermosillo

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Comentarios:

La gestión es Institucional y le corresponde a la Casa de la Cultura.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

El costo varía dependiendo del espectáculo, pero regularmente es una cuota módica.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios:

Se carece de coordinación con prestadores de servicios turísticos.

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

La promoción en por medio de pendones en sus instalaciones y a través de la radio local.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Si existe señalización aunque ésta es escasa

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Si hay señalización interna aunque no es muy visible.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

El espacio de estacionamiento es limitado y la zona de mucho tráfico vehicular.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Las instalaciones son deficientes en relación a la accesibilidad para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

Destino: Hermosillo

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Los espacios son atendidos en su conservación y limpieza, se requiere mantenimiento y/o renovación del mobiliario.

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Hay información disponible el día del evento y el servicio de información y atención es deficiente.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No aplica

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Se carece de mobiliario suficiente que haga cómoda la espera y los sanitarios se encuentran deteriorados.

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Los alimentos en ocasiones se limitan a un snack

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca? ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No se ofrecen productos alusivos al evento

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

No hay tratamiento especial en relación a los desechos que genera el evento los cuales son mínimos.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

El espacio físico es estándar, sin embargo cada obra de teatro es única ya que cada presentación genera una dinámica y personalidad a partir de la audiencia.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

El espacio es seguro, cumple con las normas de seguridad.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

Destino: Hermosillo

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Existe acceso wifi y telefonía.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Santuario Guadalupano

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.089735,-110.957795

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión



Fuente: Aurora Galan

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El templo de la guadalupana es uno de los tradicionales de Hermosillo, donde se realizan varias peregrinaciones y misas para celebrar a nuestra Señora de Guadalupe. Es uno de los templos más viejos por lo que no cuenta con lugar como una plaza para que se junte la gente.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Disfrutar de la arquitectura del lugar así como sus misas.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Los turistas locales son los que mayormente visitan el inmueble.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios: La entrada es gratuita a todo público.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Hermosillo

() Sí

(X) No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Se promociona por la radio.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Se puede localizar el templo desde lejos.

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: puedes ver rutas de emergencia.

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Se encuentra mal ubicada y sin estacionamiento

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con rampa en la entrada y dentro del templo.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Es un establecimiento muy limpio por dentro.

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?,¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Cuenta con carteles e invitaciones a eventos.

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Hermosillo

Comentarios: Tiene un periódico mural con algunas publicaciones.

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.:Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: No aplica

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?,¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: No aplica.

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc*).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Existen varias parroquias como estas.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Cuenta con un velador.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Cuenta con buena señal de celular y red 3G.

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

Universidad de Sonora

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Hermosillo, Sonora.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

29.083214,-110.963999



Fuente: Aurora Galan

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Es la universidad más grande de Sonora, con una gran cantidad de facultades para estudiar diferentes carreras y tiene una enorme cantidad de estudiantes y egresados.

Cuenta con un gimnasio, una alberca, canchas deportivas, biblioteca, museo, auditorios, etc. Además de que organiza muchos eventos culturales y deportivos que suelen estar abiertos a todo el público, igual que sus canchas deportivas a las cuales puedes ingresar y hacer uso de ellas sin costo alguno.

La universidad cuenta con una gran cantidad de cafeterías para poder disfrutar de un buen bocadillo, y un estacionamiento dentro de ella muy amplio para todos los alumnos y maestros.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Apreciación de las instalaciones de la universidad.
2. Utilizar las canchas deportivas de la universidad.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Los turistas suelen ser locales y foráneos del estado.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Hermosillo

Comentarios: La entrada es gratuita

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Sí

No

Comentarios:

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

Sí

No

Comentarios:

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Hay varios letreros fuera de la universidad que indican como llegar a cada una de las facultades.

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Dentro de las instalaciones te indica como llegar a tus salones, baños, puntos de reunión, salidas de emergencia, etc.

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parqueo si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con varias calles para entrar a las instalaciones, y dentro de la universidad hay varios lugares para estacionarse.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con estacionamiento azul y rampas en todo el establecimiento.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es un lugar muy limpio, tanto salones como jardines.

Hermosillo

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Hay periódicos murales en cada uno de los edificios.

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Los baños están muy amplios y limpios, y existen en todos los edificios.

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Existen varios puestos para comprar comida en cada una de las facultades.

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (X)

Comentarios: no aplica

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Cuenta con muchos árboles y jardines.

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es la universidad más grande en Sonora.

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Hay policías y guardias a varias horas del día.

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuenta con buena señal de celular y red 3G, así como wifi y teléfonos públicos.

Destino:					
Hermosillo					
Número del Indicador	Nombre del Indicador	Código	Cauntitativa	Cualitativa	Datos
Oferta Turística					
1	Número de museos	OT1	X		6
2	Número de monumentos	OT2	X		126
3	Número de restaurantes y bares	OT3	X		2811
4	Número de agencias de viajes	OT4	X		34
5	Existencia de zonas arqueológicas dentro de destino	OT5	X		1
6	Número de cuartos de hotel	OT6	X		4048
7	Número de establecimientos de alimentos y bebidas	OT7	X		2833
8	Afluencia de transporte local del destino	OT8		X	
9	La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del destino	OT9		X	
10	Número total de rutas del destino turístico	OT10	X		39+
11	Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros. Total por destino turístico	OT11	X		2
12	Total de rutas turísticas	OT12	X		8
13	Número de hoteles por categoría	OT13	X		5 E: 3, 4E: 10, 3E:
14	Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos.	OT14		X	
15	Declaratoria de zona de monumentos históricos	OT15	X		0
16	Gasto promedio de turistas	OT16	X		\$800 MN
17	Estadía promedio de turistas (días)	OT17	X		2-5 días
18	Número de actividades de ocio disponibles	OT18	X		316
Democratización de la Productividad Turística					
1	Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico	DP1	X		0.053
2	Nivel de bienestar (calidad de vida)	DP2		X	
3	Salario promedio diario de cotización	DP3	X		160 pesos diarios
4	Número de empleos (directos) en el sector turístico	DP4	X		74900
5	Tasa de desocupación	DP5	X		0.057
6	Índice de Rezago Social	DP6	X		-1.521375
7	Índice de Marginación	DP7	X		-1.7716474
8	Medición del Impacto social y productivo del Turismo - SAM	DP8		X	
9	Encadenamiento productivo del sector	DP9		X	
Sustentabilidad turística					
1	Tratamiento de aguas residuales y pluviales	ST1		X	
2	Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación municipales	ST2	X		0
3	Porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado	ST3	X		0.965
4	Infraestructura y equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos	ST4		X	
5	Normatividad ambiental (Planes y programas en materia de educación ambiental privado)	ST5		X	
6	Acciones de conservación del patrimonio	ST6	X		Si existen
7	Áreas naturales protegidas	ST7	X		1
8	Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado	ST8		X	
9	Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico	ST9		X	
10	Ordenamiento ecológico territorial decretado	ST10		X	
11	Manejo de Riesgo	ST11		X	
12	Programas y diagnósticos en materia turística municipal	ST12		X	
13	Aplicación de sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo	ST13		X	
14	Planes y programas en materia de educación ambiental educativo	ST14		X	
15	Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos	ST15	X		1
16	Número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles	ST16	X		0
17	Certificado Programa Playas Limpias	ST17	X		3

18	Programas Balnearios Naturales Limpios de agua dulce	ST18	X		0
19	Número de establecimientos con Certificado Green Globe	ST19	X		0
20	Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental	ST20		X	
21	Consumo de energía por cuarto	ST21		X	
Formación y certificación					
1	Grado promedio de escolaridad	FC1	X		9.4
2	Recursos humanos calificados para atender el sector turismo	FC2	X		0
3	Porcentaje de personal del destino con educación turística	FC3	X		0
4	Planes de capacitación turística	FC4		X	
5	Percepción sobre la calidad en los planes de capacitación turística a través de una revisión general de su contenido	FC5		X	
6	Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Programa distintivo H	FC6	X		10
7	Porcentaje de empresas con distintivo M	FC7	X		0.44
8	Número de guías de turistas certificados	FC8	X		0
9	Cuenta con un sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes	FC9		X	
10	Indicadores de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes	FC10	X		0
Accesibilidad e Infraestructura					
1	Conectividad aérea	AI1	X		10 aerolíneas
2	Existencia de servicios de apoyo al turista	AI2	X		0
3	Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del destino	AI3		X	
4	Calidad en el transporte local del destino	AI4		X	
5	Tarifas hoteleras	AI5	X		700 pesos
6	Reglamento de imagen urbana vigente	AI6		X	
7	Grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados	AI7	X		1
8	Acceso a servicios básicos	AI8		X	
9	Flujo de Personas y Medios de Transporte	AI9	X		0
Seguridad Patrimonial y Física					
1	Percepción del nivel de inseguridad	SP1		X	
2	Porcentaje de delitos menores en relación a la población	SP2	X		0
3	Número de policías en relación a la población	SP3	X		3.09 por cada 10
4	Incidencia delictiva	SP4	X		26117
5	Delitos a mano armada	SP5	X		1168
6	Homicidios dolosos	SP6	X		336
7	Delitos a las instituciones de banca y crédito	SP7	X		0
8	Delitos contra la salud	SP8	X		0
9	Delitos no denunciados	SP9	X		0
10	Denuncias del fuero común	SP10	X		90
11	Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles	SP11	X		0
12	Número de hoteles que cuentan con sistema de captación de agua pluvial	SP12	X		0
13	Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU (Residuos Sólidos Urbanos)	SP13	X		0.8
14	Volumen reciclado de desechos	SP14	X		120 ton
15	Programas para el manejo de residuos peligrosos	SP15	X		1
16	Centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas)	SP16	X		63
Promoción y Comercialización					
1	Porcentaje de visitantes y turistas que regresan	PC1	X		0
2	Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino	PC2	X		0
3	Diversificación en segmento de población	PC3		X	
4	Diversificación en segmento mercado	PC4		X	
5	Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV's) u organismos similares	PC5	X		1
6	Grado de participación de los Destination Management Companies (DMC's) (Gestión local).	PC6		X	
7	Diversificación en segmento de mercado geográfico	PC7		X	
8	Alcance de las campañas y medios de promoción.	PC8		X	
9	Uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio.	PC9		X	

10	Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino.	PC10	X		0
Gestión del Destino					
1	Cuenta con Dirección de Turismo	GD1		X	
2	Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios	GD2		X	
3	Marco regulatorio estatal (ordenamiento ecológico territorial decretado)	GD3		X	
4	Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo	GD4		X	
5	Programas y diagnósticos en materia turística	GD5		X	
6	Coordinación con organismos turísticos regionales	GD6		X	
7	Coordinación Institucional	GD7		X	
8	Normatividad Municipal	GD8		X	
9	Comités de turismo sustentable	GD9		X	
10	Percepción sobre el comercio ambulante	GD10		X	
11	Involucramiento de los empresarios y la sociedad civil	GD11		X	
12	Participación de la sociedad en los eventos turísticos	GD12		X	
13	Sistema de Información Estadística del Turismo	GD13		X	
14	Nivel de Desarrollo turístico	GD14	X		0
15	Presupuesto gubernamental destinado al turismo – estatal y municipal	GD15	X		3581908318
TICs e información al turista					
1	Portal de internet del destino	TI1		X	
2	Información actualizada en el portal de internet del destino	TI2		X	
3	Acceso a internet en sitios públicos	TI3	X		51
4	Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés	TI4	X		1
5	Indicadores de localización del destino	TI5	X		Muy bueno
6	Hits de visitas al portal del destino	TI6	X		Malo
7	Líneas telefónicas	TI7	X		4
8	Teléfonos móviles	TI8	X		0
9	Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico	TI9	X		Bueno
10	Existencias de puntos de información turística	TI10	X		4
11	Sistema de Información Estadística del Turismo	TI11		X	

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **1**
Código de Indicador: **OT1**

Número de museos

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 6
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de museos en el municipio de Hermosillo

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el municipio, existen 6 museos: Galería Casa Adobe, Instituto Nacional de Antropología e Historia, La Burbuja Museo del Niño AC, Museo de Culturas Populares, Museo de Sonora, Museo Étnico de los Seris

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

DENUE-INEGI

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI	<input checked="" type="checkbox"/>
Registro Nacional de Turismo	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **2**
Código de Indicador: **OT2**

Número de monumentos

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 126
--	-----------------	--------------------	----------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de monumentos históricos en el municipio de Hermosillo

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el catálogo del INAH correspondiente a 1985 se registran para el municipio de Hermosillo 126 monumentos históricos, distribuidos de la siguiente manera:

En la localidad de Hermosillo: 115 monumentos históricos

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input checked="" type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

INAH

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Registro Nacional de Turismo	<input type="checkbox"/>
Otro: INAH	

Factor: Oferta Turística			
Indicador: 3		Número de restaurantes y bares	
Código de Indicador: OT3			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 2811
¿Qué mide el indicador/variable?	Número de restaurantes y bares en el municipio de Hermosillo		
Detalles y Comentarios del Indicador:	Bajo la categoría de "Actividad económica" se tomó en cuenta la subdivisión número 722 con el nombre de "Servicios de preparación de alimentos y bebidas", bajo la categoría de "Tamaño del establecimiento" se tomó como referente "Todos los tamaños", bajo la categoría "Área geográfica" se eligió		
Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>	
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>	
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>	
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>	
Fuente:	DENUE-INEGI		
Periodicidad de actualización:	Anual		
Validación con:	INEGI	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Registro Nacional de Turismo	<input type="checkbox"/>	
	Otro:	<input type="checkbox"/>	

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **4**
Código de Indicador: **OT4**

Número de agencias de viajes

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 34
--	-----------------	--------------------	---------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de agencias de viajes en el municipio de Hermosillo.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Basado en la categoría 5615 "Agencias de viajes y servicios de reservaciones" de "Actividad Económica" en el DENU-INEGI tomando como criterio de filtro el municipio de Hermosillo.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

DENU-INEGI

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI	<input checked="" type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **OT5**

Existencia de zonas arqueológicas dentro de destino

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 1
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La existencia y número de zonas arqueológicas en el municipio de Hermosillo

Detalles y Comentarios del Indicador:

Zona Arqueológica de La Pintada (no abierto al público): "Aquí se encuentra un enorme conjunto de pinturas rupestres que muestran distintos motivos, como manos, representaciones esquemáticas de seres humanos u animales, con frecuencia en escenas de casa con arco y flecha, así como motivos

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input checked="" type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

INAH

Periodicidad de actualización:

Mensual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: INAH	<input type="checkbox"/>

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **6**

Número de cuartos de hotel

Código de Indicador: **OT6**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 4048
--	-----------------	--------------------	-----------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Número de cuartos de hotel en el municipio de Hermosillo.

Detalles y Comentarios del Indicador:

4048 cuartos. Distribuidos entre 36 hoteles y 14 moteles.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input checked="" type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Información registrada en OCV Hermosillo

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: OCV Hermosillo	<input type="checkbox"/>



Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **7**
Código de Indicador: **OT7**

Número de establecimientos de alimentos y bebidas

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 2833
--	-----------------	--------------------	-----------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Número de establecimientos de alimentos y bebida en el municipio de Hermosillo

Detalles y Comentarios del Indicador:

Bajo la categoría de "Actividad económica" se tomó en cuenta la subdivisión número 722 con el nombre de "Servicios de preparación de alimentos y bebidas", bajo la categoría de "Tamaño del establecimiento" se tomó como referente "Todos los tamaños", bajo la categoría "Área geográfica" se eligió

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

INEGI-DENUE

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI	<input checked="" type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **8**

Código de Indicador: **OT8**

Afluencia de transporte local del destino

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	()	Valor Observado: 40+ servicios
--	-------------	-------	--------------	-----	--------------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La afluencia de transporte local del destino, tomando en cuenta sus diversos ser

Detalles y Comentarios del Indicador:

mas de los taxis en su ciudad, de la ciudad en transporte público de tipo

"autobús".

- **18 compañías de servicio especializado de taxi y limusinas.**
- **1 compañía de alquiler de transporte con chofer.**

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

Observación directa. INEGI-DENUE

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI	<input checked="" type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: Observación directa a rutas de camiones	<input type="checkbox"/>



Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **9**
Código de Indicador: **OT9**

La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del destino

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado: 14
--	-------------------	------------------	---------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **Variedad y suficiencia de la oferta de productos turísticos en el municipio de Hermosillo**

Detalles y Comentarios del Indicador:

14 compañías con servicio de transporte turístico con diversas rutas dentro del Estado y la ciudad, ofertando e sus paquetes servicios de hospedaje y actividades culturales, en el caso de la ciudad de Hermosillo, los llamados "trolebuses" dan una perspectiva de la ciudad, tomando en cuenta sus atractivos principales.

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

SONORA SONRIE, INEGI-DENUE, Observación directa

Periodicidad de actualización:

Mensual

Validación con:

INEGI	<input checked="" type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: Sonora Sonrie	<input type="checkbox"/>

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **10**
Código de Indicador: **OT10**
Número total de rutas del destino turístico

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")
Cualitativo () Cuantitativo (X) Valor Observado: 39+

¿Qué mide el indicador/variable?

Número total de rutas en el municipio de Hermosillo

Detalles y Comentarios del Indicador:

• **En cuanto a transporte local, acerca de las rutas disponibles mayormente dentro de la ciudad de Hermosillo, se tienen más de 25 rutas en transporte urbano.**
• **En oferta de rutas turísticas, existen 14 compañías con servicio de transporte**

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Sonora Sonríe, observación directa

Periodicidad de actualización:

Mensual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: Sonora Sonríe

Factor: **Oferta Turística**

11

Indicador:

Código de Indicador: **OT11**

Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros. Total por destino turístico

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 2

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de declaratorias de patrimonio tanto material como inmaterial de la

Detalles y Comentarios del Indicador:

• **UNESCO 0**
• **CONACULTA 2**
Siendo estos dos: "Fiesta de la Caguama de Siete Filos" y "Agrupación lingüística seri"

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

UNESCO, CONACULTA

Periodicidad de actualización:

Mensual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: UNESCO, CONACULTA

Factor: Oferta Turística			
Indicador: 12		Total de rutas turísticas	
Código de Indicador: OT12			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 8
¿Qué mide el indicador/variable?	El total de rutas de turísticas en el municipio de Hermosillo (saliendo de la ciudad)		
Detalles y Comentarios del Indicador:	A través del portal web Sonora Sonríe, los operadores turísticos ofrecen una variedad extensa de rutas, siendo estas mas de 20, sin embargo, si se toma en cuenta las ya predeterminadas por acuerdo común, las más difundidas y tomadas en cuenta como un punto de inicio son las siguientes 8: de misiones,		
Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>	
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>	
	Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>	
Fuente:	SONORA SONRIE		
Periodicidad de actualización:	Mensual		
Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>	
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>	
	Otro: SONORA SONRIE		



Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **13**
Código de Indicador: **OT13**

Número de hoteles por categoría

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")
 Cualitativo () Cuantitativo (X) Valor Observado: E: 3, 4E: 10, 3E: 1

¿Qué mide el indicador/variable? **El número de hoteles por categoría, tomándose las estrellas como un punto de**

Detalles y Comentarios del Indicador: **OCV Hermosillo cuenta con los siguientes datos: 5 estrellas – 3 hoteles: Fiesta Americana, Lucerna, Royal Palace
4 estrellas – 10 hoteles El Dorado, Ibis, Holiday Inn, Fiesta Inn, Gándara, Araiza, City Express, Colonial, Premier, San Angel, ,**

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: **OCV Hermosillo**

Periodicidad de actualización: **Mensual**

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: OCV HERMOSILLO	

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **14**

Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos.

Código de Indicador: **OT14**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Si existe

¿Qué mide el indicador/variable?

Inventario de atractivos y prestadores de servicios como atención y servicio al t

Detalles y Comentarios del Indicador:

**Si existe, se toma como ejemplo la página web
<http://www.sonorasonrie.com.mx/> y <http://www.sonoraturismo.gob.mx/>:
Bacanora Travel S.A. de C.V.**

Método de obtención:

Ecoaventura
Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

SONORA TURISMO, SONORA SONRIE

Periodicidad de actualización:

MENSUAL

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: Base de datos SONORA TURISMO

Factor: **Oferta Turística**
 Indicador: **15** **Declaratoria de zona de monumentos históricos**
 Código de Indicador: **OT15**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 0
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **Número de zonas de monumentos históricos en el municipio.**

Detalles y Comentarios del Indicador: **En el catalogo del INAH se registran 0 zonas de monumentos históricos correspondientes al municipio de Hermosillo, siendo Álamos la más cercana.**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input checked="" type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: **INAH**

Periodicidad de actualización: **Mensual**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: INAH	<input type="checkbox"/>

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **16**
Código de Indicador: **OT16**

Gasto promedio de turistas

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")
 Cualitativo () Cuantitativo (X) Valor Observado: \$800 MN

¿Qué mide el indicador/variable?

Gasto promedio de turistas en el municipio

Detalles y Comentarios del Indicador:

Escalado desde nivel estatal a partir de la COFETUR

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: **COFETUR**

Periodicidad de actualización: **Semanal**

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input checked="" type="checkbox"/>
Otro: DATATUR	

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **17**

Código de Indicador: **OT17**

Estadía promedio de turistas (días)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 2-5 días

¿Qué mide el indicador/variable?

La estadía promedio en días de los turistas en el municipio de Hermosillo

Detalles y Comentarios del Indicador:

En base a las entrevistas realizadas en el municipio de Hermosillo (ciudad de Hermosillo y Bahía de Kino), los hoteleros mencionan este promedio, dejando en el margen aquellos que se hospedan desde un día hasta una semana, pues se dice es una cantidad muy reducida.

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Entrevistas Agenda de Competitividad Turística

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: Entrevistas directas	<input type="checkbox"/>

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **18**
Código de Indicador: **OT18**

Número de actividades de ocio disponibles

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 316
--	-----------------	--------------------	----------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de servicios de entretenimiento en instalaciones recreativas y otros s

Detalles y Comentarios del Indicador:

Basado en la categoría 713 "Servicios de entretenimiento en instalaciones recreativas y otros servicios recreativos" de "Actividades económicas" del DENUE - INEGI.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

DENUE - INEGI.

Periodicidad de actualización:

anual

Validación con:

INEGI	<input checked="" type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **1**

Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico

Código de Indicador: **DP1**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 5.30%
--	-----------------	--------------------	------------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **Mide la tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico dentro del municipio**

Detalles y Comentarios del Indicador: **5.3% del empleo total del estado pertenece al sector turístico.**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: **ISAF y SIEES**

Periodicidad de actualización: **annual**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input checked="" type="checkbox"/>
	Otro:	<input type="checkbox"/>



Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **2**

Nivel de bienestar (calidad de vida)

Código de Indicador: **DP2**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **3**

Salario promedio diario de cotización

Código de Indicador: **DP3**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 160 pesos diarios

¿Qué mide el indicador/variable?

El salario promedio de cotización de los prestadores de servicios turísticos en e

Detalles y Comentarios del Indicador:

Basado en entrevistas a recepcionistas en hoteles y prestadores de servicios.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Entrevistas directas

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: Entrevistas directas



Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **4**

Número de empleos (directos) en el sector turístico

Código de Indicador: **DP4**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo)	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 74900
--	---------------	--------------------	------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de empleos directos en el sector turístico en el Estado.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Para el Estado de Sonora al 2013, bajo la categoría de "Restaurantes y servicios de alojamiento".

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **INEGI**

Periodicidad de actualización: **anual**

Validación con:	INEGI	<input checked="" type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **5**

Tasa de desocupación

Código de Indicador: **DP5**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 5.70%
--	-----------------	--------------------	------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide la tasa de desocupación en el municipio (al 2011)

Detalles y Comentarios del Indicador:

La tasa de desempleo de Hermosillo al cierre de 2011, de acuerdo con las cifras que dio a conocer el INEGI, correspondientes a la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE).

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

<http://monitoreconomico.org/>

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI	<input checked="" type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **6**

Índice de Rezago Social

Código de Indicador: **DP6**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: -1.521375
--	-----------------	--------------------	----------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Índice de rezago social en el municipio.

Detalles y Comentarios del Indicador:

"Muy bajo" (2010). Información según el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input checked="" type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: **CONAPO**

Periodicidad de actualización: **permanente**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: CONAPO	<input type="checkbox"/>

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **7**

Índice de Marginación

Código de Indicador: **DP7**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: -1.771647443

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide el índice de marginación en el municipio

Detalles y Comentarios del Indicador:

"Muy bajo" (2010). Información según el Consejo Nacional de Población

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Fuente:

CONAPO

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: CONAPO

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **8**

Medición del Impacto social y productivo del Turismo - SAM

Código de Indicador: **DP8**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado: Alto impacto
--	-------------------	------------------	-------------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide el impacto social del turismo en el municipio.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Como una muestra del impacto social en cuanto a los eventos de tipo turístico y local, se da el caso de las fiestas del pitic, que en su edición 2013 lograron atraer a mas de 280 mil visitantes, involucrados en actividades comerciales y culturales, teniendo un 100% de ocupación hotelera.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

NUMERALIA

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: Numeralia	<input type="checkbox"/>

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **9**

Encadenamiento productivo del sector

Código de Indicador: **DP9**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **1**

Tratamiento de aguas residuales y pluviales

Código de Indicador: **ST1**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: 1 empresa

¿Qué mide el indicador/variable?

El tratamientode aguas residuales y pluviales dentro del municipio.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Una empresa: Tratamientos y Procesos de Hermosillo.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **2**

Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación municipales

Código de Indicador: **ST2**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 0

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación dentro del

Detalles y Comentarios del Indicador:

Existe una en proceso de construcción.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

El imparcial

Periodicidad de actualización:

semanal

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: El imparcial

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **3**

Porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado

Código de Indicador: **ST3**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 96.50%
--	-----------------	--------------------	-------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide e porcentaje de cobertura que tiene el sistema de drenaje y alcantarillado

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el XIII Censo de Población y Vivienda, el INEGI, concentró dentro de la categoría "Viviendas particulareshabitadas que disponen de drenaje" a todas aquellas viviendas que tienen drenaje conectado a la red pública, fosa séptica, barranca, grieta, río, lago o mar. Fuente: XIII Censo General de Población y

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

INEGI

Periodicidad de actualización:

anual

Validación con:

INEGI	<input checked="" type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **4**

Infraestructura y equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos

Código de Indicador: **ST4**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado: Si existe
--	-------------------	------------------	----------------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **La existenci de infraestructura y equipamiento para el manejo integral de desec**

Detalles y Comentarios del Indicador:

Todos los desechos recolectados diariamente son trasladados al depósito de basura ubicado en la calle 36 sur, este lugar se encuentra a 25 kilómetros de Bahía Kino. Hay que señalar también que allí se depositan los desechos sólidos provenientes del Poblado Miguel Alemán, quedando a una distancia de 23

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input checked="" type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Plan municipal de desarrollo

Periodicidad de actualización:

anual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: Plan municipal de desarrollo	<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **ST5**

Normatividad ambiental (Planes y programas en materia de educación ambiental privado)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Si existe

¿Qué mide el indicador/variable?

La existencia de normas ambientales, planes y programas en materia de educación a

Detalles y Comentarios del Indicador:

"Cuidado del medio ambiente y ecología": "Proyecto de Generación de Energía Eléctrica a base de Biogás"

"El objetivo del proyecto es el aprovechamiento del biogás generado en el relleno sanitario para la generación de energía eléctrica que aporta mediante un sistema

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

<input type="checkbox"/>
x
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Fuente:

Plan municipal de desarrollo

Periodicidad de actualización:

anual

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: Plan municipal de desarrollo

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **6**

Acciones de conservación del patrimonio

Código de Indicador: **ST6**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: Si existen
--	-----------------	--------------------	-----------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Las acciones que se llevan a cabo dentro del municipio para conservar el patrimonio

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción "Ordenamiento vial y del transporte del centro urbano, estableciendo como prioridad al peatón planteando una reestructuración total por etapas del transporte dentro del perímetro del centro manejando corredores únicos para estos y eventualmente retirando el transporte del

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Plan municipal de desarrollo

Periodicidad de actualización:

annual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: Plan municipal de desarrollo	<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **7**

Áreas naturales protegidas

Código de Indicador: **ST7**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 1
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La cantidad de áreas naturales protegidas dentro del Estado

Detalles y Comentarios del Indicador:

Según la SEMARNAT, Hermosillo cuenta con 0 (cero) áreas naturales protegidas. Sin embargo, el Gobierno del Estado de Sonora indica que existe 1 (una), siendo esta la ISLA DEL TIBURÓN

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Gobierno del Estado de Sonora

Periodicidad de actualización:

anual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: Gobierno del Estado de Sonora	<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **8**

Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado

Código de Indicador: **ST8**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado: 2
--	-------------------	------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **Los ordenamientos ecológicos estatales y/o regionales decretados.**

Detalles y Comentarios del Indicador: **La semarnat indica dos como aquellos ordenamientos ecológicos decretados para el Estado de Sonora:
Sonora- Costa de Sonora PO. 20/Ago/2009 Decreto del Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial de la Costa de Sonora**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: **SEMARNAT**

Periodicidad de actualización: **anual**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: SEMARNAT	

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **9**

Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico

Código de Indicador: **ST9**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado: Importante
--	-------------------	------------------	-----------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Los resultados del estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico

Detalles y Comentarios del Indicador:

Hermosillo se encuentra como un foco de importancia en el estudio/proyecto de FONATUR acerca del Mar de Cortés llamado "Ruta turística: Las culturas vivas de la Sierra Madre (Sonora)"

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

FONATUR

Periodicidad de actualización:

anual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: FONATUR	<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **10**

Ordenamiento ecológico territorial decretado

Código de Indicador: **ST10**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo (X)	Valor Observado:
			1

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide los ordenamientos ecologicos territoriales decretados dentro de la región

Detalles y Comentarios del Indicador:

Ordenamiento ecológico territorial de la costa de sonora, publicado en el boletín oficial tomo CLXXXIV número 15 SECC.III el día jueves 20 de agosto de 2009

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **11**

Manejo de Riesgo

Código de Indicador: **ST11**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El manejo de riesgos dentro del municipio

Detalles y Comentarios del Indicador:

La ley de Protección Civil que rige al Estado de Sonora, actualmente es la unión de la Ley de Protección Civil del Estado de Sonora publicada el 3 de Octubre 2005 y el Decreto No. 194 publicada el 31 de agosto del 2009 la cual reforma y adiciona diversas disposiciones de la Ley de Protección Civil.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Unidad Estatal de Protección Civil

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: Unidad Estatal de Protección Civil	<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **12**

Programas y diagnósticos en materia turística municipal

Código de Indicador: **ST12**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado: 4
--	-------------------	------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **La cantidad de programas y diagnósticos en materia turística municipal.**

Detalles y Comentarios del Indicador:

- **Planeación turística sustentable a largo plazo**
- **Fomento y promoción del turismo**
- **Desarrollo de productos turísticos sustentables**
- **Profesionalización de los servicios turístico**

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **Plan municipal de desarrollo 2013-2015**

Periodicidad de actualización: **semanal, mensual, trimestral, anual, permanente**

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>

Otro: Plan municipal de desarrollo 2013-2015

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **13**

Aplicación de sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo

Código de Indicador: **ST13**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Describe la aplicación del sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo

Detalles y Comentarios del Indicador:

Hermosillo se encuentra en la cuarta etapa del Sistema de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo, comprendida para el 2005, sin embargo, los resultados no se muestran en la página web.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **14**

Planes y programas en materia de educación ambiental educativo

Código de Indicador: **ST14**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **describe los Planes y programas en materia de educación ambiental educativo**

Detalles y Comentarios del Indicador: **En el "Plan Municipal de Desarrollo 2013-2015" no se muestran planes o programas de iniciativa gubernamental hacia la educación ambiental.**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **Plan Municipal de Desarrollo 2013-2015**

Periodicidad de actualización: **permanente**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: Plan Municipal de Desarrollo 2013-2015	<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **15**

Código de Indicador: **ST15**

Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 1
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador

Detalles y Comentarios del Indicador:

1(uno), siendo este Fiesta Americana Hermosillo

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

SECTUR

Periodicidad de actualización:

annual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: SECTUR	<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **16**

Código de Indicador: **ST16**

Número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:
--	-----------------	--------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La cantidad de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles

Detalles y Comentarios del Indicador:

Lista no publicada por la PROFEPA, se afirma solamente que si existen empresas con esta certificación.

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **PROFEPA**

Periodicidad de actualización: **anual**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: PROFEPA	<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **17**

Certificado Programa Playas Limpias

Código de Indicador: **ST17**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 3
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **El número de playas con el certificado Programa de playas Limpias**

Detalles y Comentarios del Indicador: **La SECTUR muestra a Bahía de Kino con 3 (tres) playas bajo el programa de "Playas Limpias"**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **SECTUR**

Periodicidad de actualización: **trimestral**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: SECTUR	<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **18**

Programas Balnearios Naturales Limpios de agua dulce

Código de Indicador: **ST18**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 0
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **Cantidad de programas Balnearios Naturales Limpios de agua dulce.**

Detalles y Comentarios del Indicador:

CONAGUA, siendo la Comisión responsable de dicha certificación, no dispone de alguna lista donde se incluya el municipio de Hermosillo.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

CONAGUA

Periodicidad de actualización:

anual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: CONAGUA	

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **19**

Número de establecimientos con Certificado Green Globe

Código de Indicador: **ST19**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 0
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de establecimientos con certificado Green Globe en Hermosillo

Detalles y Comentarios del Indicador:

Hermosillo no cuenta con establecimientos bajo este certificado.

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: **greenglobe.com**

Periodicidad de actualización: **semanal.**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: greenglobe.com	<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **20**

Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental

Código de Indicador: **ST20**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	()	Valor Observado:
--	-------------	-------	-----	------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **La exisencia del certificado de municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental**

Detalles y Comentarios del Indicador: **PROFEPA no enlista al municipio de Hermosillo bajo este certificado**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: **PROFEPA**

Periodicidad de actualización: **anual**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: PROFEPA	<input type="checkbox"/>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **21**

Consumo de energía por cuarto

Código de Indicador: **ST21**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado: 40,4 kwh

¿Qué mide el indicador/variable?

La cantidad de energía consumida por cuarto cada noche.

Detalles y Comentarios del Indicador:

40,4 kwh por cliente/noche.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

Fuente:

NH hoteles

Periodicidad de actualización:

anual

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: NH hoteles

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **1**

Código de Indicador: **FC1**

Grado promedio de escolaridad

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 9.4

¿Qué mide el indicador/variable?

El grado promedio de escolaridad dentro del municipio.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En Sonora, 9.4, lo que equivale a poco más de la secundaria concluida.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

INEGI

Periodicidad de actualización:

anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **2**

Recursos humanos calificados para atender el sector turismo

Código de Indicador: **FC2**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:
--	-----------------	--------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **3**

Porcentaje de personal del destino con educación turística

Código de Indicador: **FC3**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:
--	-----------------	--------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **4**

Código de Indicador: **FC4**

Planes de capacitación turística

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Los planes de capacitación turística con los que cuenta el municipio.

Detalles y Comentarios del Indicador:

COFETUR, la Dirección de Desarrollo Económico del municipio de Hermosillo y SECTUR ofrecen diferentes capacitaciones: "Apertura de Negocios Turísticos" "Mercadotecnia para pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en el Sector

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

SECTUR

Periodicidad de actualización:

anual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: SECTUR	<input type="checkbox"/>

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **FC5**

Percepción sobre la calidad en los planes de capacitación turística a través de una revisión general de su contenido

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La percepción sobre la calidad en los planes de capacitación turística a través d

Detalles y Comentarios del Indicador:

Los entrevistados a través de las encuestas muestran interés, pero dicen estar bajo una completa desinformación sobre el tema

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Entrevistas directas

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: Entrevistas directas	

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **6**

Código de Indicador: **FC6**

Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Programa distintivo H

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 10
--	-----------------	--------------------	---------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La cantidad de establecimientos que cuentan con el program Distintivo H

Detalles y Comentarios del Indicador:

Información recabada del portal web de la Secretaría de Turismo en su división "Distintivo H", enfocándose en el archivo que corresponde al estado de Sonora y sus establecimientos de alimentos y bebidas con "Distintivo H" vigente, modificado por última vez el día Viernes 12 de julio de 2013 y

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

SECTUR

Periodicidad de actualización:

anual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: Distintivo H	

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **7**

Porcentaje de empresas con distintivo M

Código de Indicador: **FC7**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 44%
--	-----------------	--------------------	----------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **Porcentaje de empresas con distintivo M dentro del municipio.**

Detalles y Comentarios del Indicador: **El 44% de las empresas con distintivo M en Sonora se encuentran en Hermosillo**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: **SECTUR**

Periodicidad de actualización: **annual**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: SECTUR	<input type="checkbox"/>

Factor: Formación y Certificación		Número de guías de turistas certificados	
Indicador: 8			
Código de Indicador: FC8			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 0
¿Qué mide el indicador/variable?	La cantidad de guías de turistas certificados dentro del municipio		
Detalles y Comentarios del Indicador:	Según la SECTUR, en su "padrón de guías de turistas generales", "padrón de guías de turistas especializados en temas o localidades específicas de carácter cultural acreditados" y "padrón de guías de turistas especializados acreditados", Sonora y Hermosillo cuentan con 0 (cero) personal bajo esta		
Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>	
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>	
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>	
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>	
Fuente:	SECTUR		
Periodicidad de actualización:	semanal, mensual, trimestral, anual, permanente		
Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>	
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>	
	Otro: SECTUR		

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **9**

Cuenta con un sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes

Código de Indicador: **FC9**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La existencia de un sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes

Detalles y Comentarios del Indicador:

No. Se recurre a métodos de información en línea, tales sean tripadvisor o vendedores de servicios de hospedaje y de alimentos y bebidas

Método de obtención:	Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **Observación directa**

Periodicidad de actualización: **semanal, mensual, trimestral, anual, permanente**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **10**

Indicadores de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes

Código de Indicador: **FC10**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:
--	-----------------	--------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **1**

Conectividad aérea

Código de Indicador: **AI1**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 10 aerolíneas

¿Qué mide el indicador/variable?

La conectividad aérea disponible en el municipio

Detalles y Comentarios del Indicador:

Aeropuerto Internacional de Hermosillo "Ignacio Pesqueira García"

- Usa airways
- American Airlines
- Aerocalafia

Método de obtención:

Observación directa	x
Registros Administrativos	
Información Estatal	
Información de la Web	

Fuente:

Observación directa en el aeropuerto

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI	
Anuario Estadístico	
Otro:	

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **2**

Existencia de servicios de apoyo al turista

Código de Indicador: **AI2**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:
--	-----------------	--------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La existencia de servicios de apoyo al turista dentro del municipio.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Dentro de las instalaciones se ofrece guía y apoyo al turista

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Observación directa

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **3**

Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del destino

Código de Indicador: **AI3**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide la calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del municipio

Detalles y Comentarios del Indicador:

Según los entrevistados, se menciona la suficiencia, aunque se destaca la mejora que debe de existir en los servicios

Método de obtención:	Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **Entrevistas directas**

Periodicidad de actualización: **permanente**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: Entrevistas directas	<input type="checkbox"/>

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **4**

Calidad en el transporte local del destino

Código de Indicador: **AI4**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La calidad en el transporte local de que puede disponer el turista en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

Según los entrevistados, se menciona una satisfacción con la calidad en el transporte debido a sus diversas opciones.

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Entrevistas directas

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: Entrevistas directas	<input type="checkbox"/>

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **5**

Tarifas hoteleras

Código de Indicador: **AI5**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 700 pesos

¿Qué mide el indicador/variable?

El costo promedio de una habitación de hotel por noche

Detalles y Comentarios del Indicador:

El costo promedio de una habitación de hotel por noche es de \$700

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Entrevistas directas

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: Observación directa

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **6**

Reglamento de imagen urbana vigente

Código de Indicador: **AI6**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La existencia de un reglamento de imagen urbana vigente.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Hermosillo cuenta con reglamento/norma de imagen urbana

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:



Destino: **Hermosillo**

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **7**

Grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados

Código de Indicador: **AI7**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 1
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **El grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano**

Detalles y Comentarios del Indicador: **El plan municipal de desarrollo, que comprende estos decretos, fue presentado apenas este año, por lo que los objetivos están en su etapa temprana.**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input checked="" type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **Plan municipal de desarrollo 2013-2015**

Periodicidad de actualización: **anual**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: Plan Municipal de Desarrollo 2013-2015	<input type="checkbox"/>

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **8**

Acceso a servicios básicos

Código de Indicador: **A18**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La facilidad de acceso a los servicios básicos en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

Según los entrevistados, el acceso es posible de manera sencilla, pero se destaca un disgusto hacia la calidad de estos.

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Entrevistas directas

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: Entrevistas directas	<input type="checkbox"/>



Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **9**

Flujo de Personas y Medios de Transporte

Código de Indicador: **AI9**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:
--	-----------------	--------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **Mide el flujo de personas y medios de transporte en el destino.**

Detalles y Comentarios del Indicador: **En las entrevistas se menciona suficiencia en el transporte turístico.**

Método de obtención:	Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **Entrevistas directas**

Periodicidad de actualización: **permanente**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: Entrevistas directas	<input type="checkbox"/>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **1**

Código de Indicador: **SP1**

Percepción del nivel de inseguridad

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide la percepción del nivel de inseguridad del municipio

Detalles y Comentarios del Indicador:

**Al 2012: 42,132 de cada 100,000 habitantes consideran inseguro Sonora
Indicador: Tasa de personas de 18 años y más que considera insegura su
entidad federativa por cada 100,000 habitantes. INEGI**

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

"La Seguridad Pública en Hermosillo". Pineda, Cañex y Parra.

Periodicidad de actualización:

Annual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input checked="" type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>



Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **2**

Porcentaje de delitos menores en relación a la población

Código de Indicador: **SP2**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:
--	-----------------	--------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El porcentaje de delitos menores en relación con el total de la población del mu

Detalles y Comentarios del Indicador:

Ante el INEGI, no existe dicha clasificación, más se integra el siguiente esquema de clasificación:

HMO SON

Delitos registrados en averiguaciones previas del fuero común, 2010

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

INEGI

Periodicidad de actualización:

anual

Validación con:

INEGI	<input checked="" type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **3**

Número de policías en relación a la población

Código de Indicador: **SP3**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: .09 por cada 100

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de policías en relación la cantidad de habitantes

Detalles y Comentarios del Indicador:

Al 2011, en Sonora, 3.09 por cada 1,000 habitantes.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input checked="" type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Sistema nacional de seguridad pública

Periodicidad de actualización:

anual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input checked="" type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **4**

Incidencia delictiva

Código de Indicador: **SP4**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 26117
--	-----------------	--------------------	------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Incidencia delictiva en el municipio

Detalles y Comentarios del Indicador:

En Sonora, de enero a septiembre del 2013, se registran 26,117 delitos dentro de sus diversas categorías.

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **Secretariado de Ejecutivo – PGJE Sonora**

Periodicidad de actualización: **annual**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input checked="" type="checkbox"/>
	Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **5**

Delitos a mano armada

Código de Indicador: **SP5**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 1168
--	-----------------	--------------------	-----------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **La cantidad de delitos a mano armada cometidos en el municipio**

Detalles y Comentarios del Indicador: **En Sonora, de enero a septiembre del 2013 se registran:
Lesiones (dolosas y culposas): 1168**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **Secretariado de Ejecutivo – PGJE Sonora**

Periodicidad de actualización: **annual**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input checked="" type="checkbox"/>
	Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **6**

Homicidios dolosos

Código de Indicador: **SP6**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 336
--	-----------------	--------------------	----------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **La cantidad de homicidios dolosos registrados en el municipio**

Detalles y Comentarios del Indicador:

**En Sonora, de enero a septiembre del 2013 se registran:
Homicidios (dolosos y culposos): 336**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **Secretariado de Ejecutivo – PGJE Sonora**

Periodicidad de actualización: **annual**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input checked="" type="checkbox"/>
	Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **7**

Delitos a las instituciones de banca y crédito

Código de Indicador: **SP7**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 4
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de delitos a las instituciones de banca y crédito

Detalles y Comentarios del Indicador:

**En Sonora, de enero a septiembre del 2013, se registran:
4**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **Secretariado de Ejecutivo – PGJE Sonora**

Periodicidad de actualización: **annual**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input checked="" type="checkbox"/>
	Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **8**

Delitos contra la salud

Código de Indicador: **SP8**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:
--	-----------------	--------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **9**

Delitos no denunciados

Código de Indicador: **SP9**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:
--	-----------------	--------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **10**

Denuncias del fuero común

Código de Indicador: **SP10**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 90
--	-----------------	--------------------	---------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Número de denuncias del fuero común en el municipio

Detalles y Comentarios del Indicador:

**Tasa de personas con sentencia condenatoria del fuero común, 2011
84.90 90**

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Secretariado de Ejecutivo – PGJE Sonora

Periodicidad de actualización:

annual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input checked="" type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **11**

Código de Indicador: **SP11**

Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 0
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el municipio de Hermosillo aún no existen plantas de tratamiento de aguas residuales operando en hoteles.

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Entrevistas directas

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input checked="" type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>



Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **12**

Número de hoteles que cuentan con sistema de captación de agua pluvial

Código de Indicador: **SP12**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 0
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Número de hoteles que cuentan con sistema de captación de agua pluvial

Detalles y Comentarios del Indicador:

En Hermosillo aún no existen hoteles que cuenten con un sistema de captación de agua pluvial.

Método de obtención:	Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **Entrevistas directas**

Periodicidad de actualización: **Permanente**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: entrevistas	<input type="checkbox"/>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **13**

Código de Indicador: **SP13**

Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU (Residuos Sólidos Urbanos)

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 80%
--	-----------------	--------------------	----------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU (Residuos Sólidos

Detalles y Comentarios del Indicador:

80% de recolección a nivel hogar. A nivel industrial se tiene una cobertura del 100%.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

GEN. QB. Guillermo González

Periodicidad de actualización:

annual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: entrevistas directas	<input type="checkbox"/>



Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **14**

Código de Indicador: **SP14**

Volumen reciclado de desechos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 120 ton

¿Qué mide el indicador/variable?

El volumen de desechos que son reciclados diariamente en el municipio.

Detalles y Comentarios del Indicador:

120 toneladas diarias (recolectada mayormente por pepenadores).

Método de obtención:

- Observación directa
- Registros Administrativos
- Información Estatal
- Información de la Web

Fuente:

GEN. QB. Guillermo González

Periodicidad de actualización:

annual

Validación con:

- INEGI
- Anuario Estadístico
- Otro:

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **15**

Programas para el manejo de residuos peligrosos

Código de Indicador: **SP15**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 1
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador

Detalles y Comentarios del Indicador:

Para el municipio de Hermosillo no, para el Estado de Sonora si, elaborado por CESUES y boletinado. PROGRAMA ESTATAL PARA LA PREVENCIÓN Y GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS DE SONORA

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

SEMARNAT

Periodicidad de actualización:

annual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: SEMARNAT	

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **16**

Centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas)

Código de Indicador: **SP16**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 63
--	-----------------	--------------------	---------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **La cantidad de centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas, etc)**

Detalles y Comentarios del Indicador: **Bajo la categoría de "Actividad económica" se tomó en cuenta la subdivisión número 622 con el nombre de "Hospitales" (Incluye centros de salud públicos y privados), bajo la categoría de "Tamaño del establecimiento" se tomó como referente "Todos los tamaños", bajo la categoría "Área geográfica" se eligió**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: **DENUES**

Periodicidad de actualización: **annual**

Validación con:	INEGI	<input checked="" type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **1**

Porcentaje de visitantes y turistas que regresan

Código de Indicador: **PC1**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:
--	-----------------	--------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>



Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **2**

Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino

Código de Indicador: **PC2**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?	Descripción del Indicador		
Detalles y Comentarios del Indicador:	Descripción		
Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>	
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>	
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>	
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>	
Fuente:			
Periodicidad de actualización:	semanal, mensual, trimestral, anual, permanente		
Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>	
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>	
	Otro:	<input type="checkbox"/>	

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **3**

Diversificación en segmento de población

Código de Indicador: **PC3**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **4**

Diversificación en segmento mercado

Código de Indicador: **PC4**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **PC5**

Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV's) u organismos similares

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 1
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **La existencia de oficinas de convenciones y visitantes (OCV's) u organismos similares**

Detalles y Comentarios del Indicador: **Si, esta cuenta con una página web de información sobre diferentes puntos de interés y servicios en la ciudad: www.ocvhermosillo.com**

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: **ocvhermosillo.com**

Periodicidad de actualización: **mensual**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **6**

Código de Indicador: **PC6**

Grado de participación de los Destination Management Companies (DMC's) (Gestión local).

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Grado de participación de los Destination Management Companies (DMC's)

Detalles y Comentarios del Indicador:

Las siguientes DMC colaboran en la página web del destino Sonora Sonríe, así como otorgan información a través del módulo turístico ubicado en el centro de la ciudad.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

Sonora Sonríe

Periodicidad de actualización:

mensual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: Sonora Sonríe	

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **7**

Diversificación en segmento de mercado geográfico

Código de Indicador: **PC7**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **8**

Alcance de las campañas y medios de promoción.

Código de Indicador: **PC8**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Mide el alcance de las campañas publicitarias y medios de promoción del destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

Nivel nacional en revistas, aplicaciones telefónicas, internet y comerciales televisivos.

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input checked="" type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

Periodicidad de actualización: **semanal, mensual, trimestral, anual, permanente**

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **9**

Uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio.

Código de Indicador: **PC9**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio dentro del municipio

Detalles y Comentarios del Indicador:

Hermosillo no cuenta con ninguna de las dos marcas

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **10**

Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino.

Código de Indicador: **PC10**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:
--	-----------------	--------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Solamente por iniciativa del sector Turismo, aspi como als DMC's por medios digitales.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **1**

Cuenta con Dirección de Turismo

Código de Indicador: **GD1**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Si el destino cuenta con dirección de Turismo o no.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Si: Instituto Municipal de Cultura, Arte y Turismo

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **Entrevista directa**

Periodicidad de actualización: **annual**

Validación con:	INEGI	<input checked="" type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **2**

Código de Indicador: **GD2**

Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y la

Detalles y Comentarios del Indicador:

La planeación y ejecución de eventos y acuerdos es una base de esta coordinación, a través de esta se han logrado concretar planes para el desarrollo y fomento turístico, como lo son:

• Alianza con Telemundo Arizona

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Entrevistas directas

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **3**

Marco regulatorio estatal (ordenamiento ecológico territorial decretado)

Código de Indicador: **GD3**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La existencia de un marco regulatorio estatal (ordenamiento ecológico territorial)

Detalles y Comentarios del Indicador:

Sonora
Costa de Sonora PO. 20/Ago/2009 Decreto del Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial de la Costa de Sonora

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input checked="" type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

SEMARNAT

Periodicidad de actualización:

annual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: SEMARNAT	<input type="checkbox"/>

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **4**

Código de Indicador: **GD4**

Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La existencia de un marco regulatorio municipal alineado a la nueva política Na

Detalles y Comentarios del Indicador:

Al momento del presente reporte, acorde a la Política Nacional Turística, se encuentra en proceso de realización a nivel municipal y estatal los siguientes puentes:

1. Desarrollo de la agenda de competitividad de los destinos turísticos

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

SECTUR

Periodicidad de actualización:

Annual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: SECTUR	<input type="checkbox"/>

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **5**

Programas y diagnósticos en materia turística

Código de Indicador: **GD5**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La existencia de programas y diagnósticos en materia turística

Detalles y Comentarios del Indicador:

Al momento del presente reporte, acorde a la Política Nacional Turística, se encuentra en proceso de realización a nivel municipal y estatal los siguientes puentes:

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: **SECTUR**

Periodicidad de actualización: **Anual**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro: SECTUR	

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **6**

Coordinación con organismos turísticos regionales

Código de Indicador: **GD6**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La coordinación con organismos turísticos regionales

Detalles y Comentarios del Indicador:

Las respuestas anteriores otorgan un panorama donde se reconoce la coordinación entre los diversos niveles de Gobierno para lograr una meta.

Método de obtención:	Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente: **Entrevistas directas**

Periodicidad de actualización: **permanente**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **7**

Coordinación Institucional

Código de Indicador: **GD7**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La existencia de coordinación Institucional

Detalles y Comentarios del Indicador:

Mediante la aplicación de cursos, distintivos y reconocimientos, los organismos que operan para lograr una promoción a nivel gobierno están en constante comunicación.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

SECTUR – SONORA TURISMO – IMCATUR

Periodicidad de actualización:

annual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: COFETUR	<input type="checkbox"/>

Factor: **Gestión del Destino**
Indicador: **8**
Código de Indicador: **GDB**

Normatividad Municipal

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La existencia de normatividad municipal

Detalles y Comentarios del Indicador:

Actualmente es el Plan municipal de Desarrollo 2013-2015

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Plan municipal de Desarrollo 2013-2015

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: Plan municipal de Desarrollo 2013-2015	<input type="checkbox"/>

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **9**

Código de Indicador: **GD9**

Comités de turismo sustentable

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La existencia de comités de turismo sustentable

Detalles y Comentarios del Indicador:

– “Sonora Competitivo y Sustentable”, se hace mención del sector turismo, teniendo como plan de acción:

“Fomentar el ecoturismo como herramienta para la conservación de la riqueza natural y el desarrollo económico del estado.”

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

Página web del Gobierno del Estado de Sonora

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **10**

Percepción sobre el comercio ambulante

Código de Indicador: **GD10**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La percepción sobre el comercio ambulante en el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Según entrevistados, el comercio ambulante se ha regulado hasta cierto punto, pero sigue teniendo una gran presencia en las diversas localidades de Hermosillo

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Entrevistas

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **11**

Involucramiento de los empresarios y la sociedad civil

Código de Indicador: **GD11**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El involucramiento de los empresarios y la sociedad civil del destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

Según entrevistados, en todo plan que realiza el gobierno se colabora con la empresa y se pide apoyo a los habitantes colindantes al desarrollo turístico o infraestructural. Además, IMCATUR detalla una fuerte participación de la sociedad y empresarios en eventos donde esta dependencia entrega

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Entrevistas

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: IMCATUR	<input type="checkbox"/>

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **12**

Participación de la sociedad en los eventos turísticos

Código de Indicador: **GD12**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La participación de la sociedad en los eventos turísticos

Detalles y Comentarios del Indicador:

Según entrevistados, constantemente se participa en eventos organizados por las empresas o por las instituciones gubernamentales, con tal de fomentar la economía local en dicho proyecto o programa

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

entrevistas

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>



Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **13**

Sistema de Información Estadística del Turismo

Código de Indicador: **GD13**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	-------------------	------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La existencia de un sistema de información Estadística del turismo

Detalles y Comentarios del Indicador:

SECTUR ofrece su sistema de búsqueda en línea para diversos aspectos relacionados con la actividad turística, DATATUR, esto en su pagina web: <http://datatur.sectur.gob.mx/portalDatatur2/reporteadorCarga.do>

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

SECTUR

Periodicidad de actualización:

mensual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: SECTUR	

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **14**

Código de Indicador: **GD14**

Nivel de Desarrollo turístico

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:
--	-----------------	--------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Nivel de desarrollo turístico

Detalles y Comentarios del Indicador:

"A nivel municipal la Dirección de Turismo no ha presentado un plan de desarrollo para Bahía de Kino, sus actividades se han limitado a programas de mejoramiento de palapas y programas temporales de atención a los visitantes en vacaciones de veranos y Semana Santa."

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

Revista Topofilia topofilia.net/coloquio09rodriguez-velazquez.html

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **Gestión del Destino**
 Indicador: **15** **Presupuesto gubernamental destinado al turismo – estatal y municipal**
 Código de Indicador: **GD15**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: #####
--	-----------------	--------------------	------------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **El presupuesto gubernamental destinado al turismo estatal y municipal.**

Detalles y Comentarios del Indicador: **SONORA COMPETITIVO Y SUSTENTABLE**
Financiamiento de la infraestructura para el desarrollo \$49,976,373.00
Más empleos para los sonorenses \$20,295,309.70

Método de obtención:	Observación directa	<input type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: **Gobierno del Estado de Sonora <http://transparencia.esonora.gob.mx>**

Periodicidad de actualización: **annual**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **1**

Portal de internet del destino

Código de Indicador: **T11**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Bueno

¿Qué mide el indicador/variable?

Que el usuario pueda conocer por medio de internet el municipio de Hermosillo. El indicador es de información al turista.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Si, existen algunos sitios entre nacionales y estatales que tienen información sobre el municipio.

- www.ocvhermosillo.com
- www.sonoraturismo.gob.mx
- www.visitmexico.com

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

www.sonoraturismo.gob.mx

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **2**

Información actualizada en el portal de internet del destino

Código de Indicador: **T12**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Regular

¿Qué mide el indicador/variable?

Que la información del sitio se encuentre actualizada y accesible al usuario. El indicador es de información al turista.

Detalles y Comentarios del Indicador:

La publicidad se mantiene al margen del día, más los artículos y otra información datan del 2011.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

www.sonoraturismo.gob.mx

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **3**

Acceso a internet en sitios públicos

Código de Indicador: **T13**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	51
--	-----------------	--------------------	------------------	----

¿Qué mide el indicador/variable?

La factibilidad de acceder a internet en puntos estratégicos del municipio. El indicador es medios de comunicación.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Si, en su mayor parte se provee mediante el servicio de comunicación Infinitum de Telmex, mismo que se instala en diversas plazas y puntos de interés público y turístico. En la ciudad de Hermosillo suman 51 locaciones con este servicio.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

Telmex: <http://www.telmex.com/web/hogar/wifi-movil>

Periodicidad de actualización:

semanal

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **4**

Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés

Código de Indicador: **T14**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 1
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **La cantidad de aplicaciones turísticas para móviles existentes**

Detalles y Comentarios del Indicador:

- **"HMO Móvil" - Aplicación para hardware con sistema operativo iOS**
- **Sonora Sonríe – Página web con información de viajes mediante operadores turísticos**
- **OCV Hermosillo**

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: **iTunes store, www.sonoraalacarta.com, www.visitmexico.com,**
Periodicidad de actualización: **semanal, mensual, trimestral, anual, permanente**

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **5**

Indicadores de localización del destino

Código de Indicador: **T15**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo ()

Valor Observado: Muy bueno

¿Qué mide el indicador/variable?

Las ventajas relativas que representan para el destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

La localización geográfica de Hermosillo es una de las ventajas competitivas de esta ciudad en el contexto de la globalización principalmente para los mercados comerciales de E.U.A. y de Oriente.

Método de obtención:

Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

www.sonoraes.com

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **6**

Hits de visitas al portal del destino

Código de Indicador: **T16**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: Malo

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de visitas que tiene la página y lo que más se consulta. Es un indicador de información.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Información no otorgada en la web, más la herramienta web de Google "tendencias de búsqueda" marca a la página web con un ranking por debajo del mínimo requerido para la muestra.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **7**

Lineas telefónicas

Código de Indicador: **T17**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 4
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Lineas telefónicas existentes

Detalles y Comentarios del Indicador:

OCV Hermosillo: Tel: 01 (800) 822 4944. +52 (662) 285 50 50. +52 (662) 285 59 46. Horario de Atención: Lunes a Viernes. 9:00am. a 2:00pm. 4:00pm a 7:00pm.

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

OCV

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **8**

Teléfonos móviles

Código de Indicador: **T18**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 0
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable? **Cantidad de teléfonos móviles**

Detalles y Comentarios del Indicador: **Información no disponible en página web**

Método de obtención:	Observación directa	<input checked="" type="checkbox"/>
	Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
	Información Estatal	<input type="checkbox"/>
	Información de la Web	<input type="checkbox"/>

Fuente:

Periodicidad de actualización: **semanal, mensual, trimestral, anual, permanente**

Validación con:	INEGI	<input type="checkbox"/>
	Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
	Otro:	<input type="checkbox"/>

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **9**

Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico

Código de Indicador: **T19**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Bueno

¿Qué mide el indicador/variable?

El desarrollo industrial y tecnológico como fuentes de ingresos del municipio. Es un indicador económico.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Como parte de las estrategias para impulsar el desarrollo tecnológico y competitividad de Sonora, el Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología (COECYT), en seguimiento al convenio celebrado con la empresa Microsoft-México, lanzó una segunda convocatoria donde se consideran áreas de oportunidad en aplicaciones móviles, videojuegos, redes sociales y negocios en la nube para proyectos emprendedores basados en tecnologías orientadas a empresas de los sectores de tecnologías de información, Industria de manufactura y/o comercio

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Sonora Competitivo y Sustentable. Capítulo 4

Periodicidad de actualización:

mensual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **10**

Existencias de puntos de información turística

Código de Indicador: **T110**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 4
--	-----------------	--------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de puntos de información turística existentes en el municipio

Detalles y Comentarios del Indicador:

La sede de la OCV: Blvd. Agustín de Vildósola #100 Colonia Villa de Seris. Entre Balderrama y Niños Héroes

1 Centro Histórico,

2 Aeropuerto,

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

Fuente:

SECTUR

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro:

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **11**

Sistema de Información Estadística del Turismo

Código de Indicador: **T111**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado: Existente
--	-------------------	------------------	----------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La existencia de un Sistema de Información Estadística del Turismo

Detalles y Comentarios del Indicador:

**SECTUR ofrece su sistema de búsqueda en línea para diversos aspectos relacionados con la actividad turística, esto en su pagina web:
<http://datatur.sectur.gob.mx/portalDatatur2/reporteadorCarga.do>**

Método de obtención:

Observación directa	<input type="checkbox"/>
Registros Administrativos	<input type="checkbox"/>
Información Estatal	<input type="checkbox"/>
Información de la Web	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

DATATUR-SECTUR

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI	<input type="checkbox"/>
Anuario Estadístico	<input type="checkbox"/>
Otro: SECTUR	<input type="checkbox"/>

ANÁLISIS COMPARATIVO DE ALINEACIÓN DE LAS POLÍTICAS NACIONAL, ESTATAL Y MUNICIPAL

NACIONAL	ESTATAL	MUNICIPAL
Actualizar el marco normativo e institucional del sector turístico.	Reglamentación y regulación de la actividad turística sustentablemente.	
Promover la concurrencia de las acciones gubernamentales de las entidades federativas en materia de turismo, con las del Gobierno Federal.		Gestionar la elaboración del Programa de Desarrollo Turístico de Hermosillo. Realizar convenios de coordinación para el desarrollo de proyectos turísticos.
Fortalecer la infraestructura y la calidad de los servicios y los productos turísticos.	Desarrollo y consolidación de infraestructura turística.	Reconocer a las empresas turísticas que cumplan con los estándares de servicio, a través del Distintivo Calidad Pitic.
Diversificar e innovar la oferta de productos y consolidar destinos.	Impulso y desarrollo de nuevos productos turísticos en el Estado.	Desarrollar productos turísticos sustentables culturales y de naturaleza en la zona urbana y rural de Hermosillo.
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.	Desarrollo de un plan de marketing del Estado. Impulso y desarrollo de nuevos productos turísticos en el Estado.	A Través de la OCV de Hermosillo, de INFOMEXICO, de las cámaras y asociaciones, definir una campaña de publicidad turística adecuada a cada uno de los segmentos de mercado, considerando la oferta como el turismo cinegético, alternativo, de negocios, de salud, cultural, de incentivos, de sol y playa entre otros. Participación en Congresos, Convenciones y Ferias en Arizona, California y Nuevo México, como los principales mercados potenciales, a nivel internacional, para nuestro destino
Concretar un Sistema Nacional de Certificación para asegurar la calidad.		Reconocer a las empresas turísticas que cumplan con los estándares de servicio, a través del Distintivo Calidad Pitic.
Fomentar la colaboración y coordinación con el sector privado, gobiernos locales y prestadores de servicios.	Promover la coordinación institucional permanente de los	Elaboración de un convenio de vinculación, coordinación y colaboración entre la OCV de Hermosillo, INFOMEXICO, las Escuelas de Turismo, las

	actores del sector turismo. Organización del sector como un agrupamiento turístico.	Cámaras, Asociaciones y la Dirección de Turismo Municipal. Desarrollo de Foro Municipal de Expertos en Turismo (OCV, Cámaras, Asociaciones, Gobierno Municipal y Docentes del Sector Turismo).
Imprimir en el Programa Nacional de Infraestructura un claro enfoque turístico.	Desarrollo y consolidación de infraestructura turística.	
Fomentar y promover esquemas de financiamiento al sector con la Banca de Desarrollo.	Organización del sector como un agrupamiento turístico.	Incentivar la creación y/o consolidación de nuevas empresas turísticas, apoyándolas en su gestión y operación inicial.
Incentivar las inversiones turísticas de las micro, pequeñas y medianas empresas.	Organización del sector como un agrupamiento turístico.	Incentivar la creación y/o consolidación de nuevas empresas turísticas, apoyándolas en su gestión y operación inicial. En coordinación con la Asociación de Hoteles y Moteles, diseñar e implementar programas de capacitación a micro, pequeñas y medianas empresas turísticas.
Promover en todas las dependencias gubernamentales de los tres órdenes de gobierno los esquemas de simplificación y agilización de trámites para la inversión.	Organización del sector como un agrupamiento turístico.	
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.		Realización de foros de consulta con expertos, de las áreas gubernamental, empresarial, educativa y social, para la elaboración de un Plan Estratégico de Turismo Municipal a mediano y largo plazo, que permita focalizar las acciones presentes, con la consecución de objetivos a largo plazo.
Diseñar una estrategia integral de promoción turística internacional para proyectar una imagen de confiabilidad y modernidad.		A Través de la OCV de Hermosillo, de INFOMEXICO, de las cámaras y asociaciones, definir una campaña de publicidad turística adecuada a cada uno de los segmentos de mercado, considerando la oferta como el turismo cinegético, alternativo, de negocios, de salud, cultural, de incentivos, de sol y playa entre otros. Creación de una página de Internet para la promoción de sitios, rutas turísticas y empresas certificadas. Participación en Congresos, Convenciones y Ferias en Arizona, California y Nuevo México, como los principales mercados potenciales, a nivel internacional, para nuestro destino
Detonar el crecimiento del mercado interno a través del desarrollo de nuevos productos turísticos, para consolidarlo como el principal mercado nacional.		Desarrollar productos turísticos sustentables culturales y de naturaleza en la zona urbana y rural de Hermosillo.
Crear instrumentos para que el turismo sea una industria limpia, consolidando el modelo turístico basado en criterios de sustentabilidad social, económica y ambiental.	Reglamentación y regulación de la actividad turística sustentablemente.	
Impulsar el cuidado y preservación del patrimonio cultural, histórico y natural del país.		Identificar y documentar los productos existentes así como los recursos turísticos tangibles e intangibles, sean éstos culturales, históricos,

		arquitectónicos y /o naturales, de todo el municipio de Hermosillo, considerando la zona rural. Desarrollar productos turísticos sustentables culturales y de naturaleza en la zona urbana y rural de Hermosillo.
Convertir al turismo en fuente de bienestar social.	Desarrollo del recurso humano (capital intelectual del sector). Inducción y desarrollo de una cultura turística en el Estado.	Desarrollar e Implementar Diplomados para la Formación de Guías Locales con reconocimiento oficial de la SECTUR, a partir de la NOM – 008 – SECTUR, logrando con ello la Certificación de los Guías Locales. En coordinación con la Asociación de Hoteles y Moteles, crear el esquema de Taxis Turísticos de Hermosillo.

Los trabajos para la elaboración del Plan Estatal de Desarrollo iniciaron en el mes de octubre del 2009 con la instalación del Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado de Sonora (COPLADE), que es un órgano plural de coordinación inter e intragubernamental y de fomento a la participación ciudadana. Su principal objetivo es coadyuvar en la formulación, actualización, instrumentación, control y evaluación del Plan Estatal de Desarrollo, tomando en cuenta las propuestas de las dependencias y entidades de la Administración Pública Estatal y Federal, de los gobiernos municipales, así como los planteamientos y propuestas de los grupos sociales, buscando su congruencia con el Plan Nacional de Desarrollo, 2007-2012. (Fuente: Plan Estatal de Desarrollo de Sonora 2009 – 2015)

Los tres documentos hacen énfasis en el aprovechamiento del turismo para la generación de empleos, de divisas y un desarrollo regional sustentable; es necesario potenciar los recursos naturales y culturales para captar nuevos nichos de mercado y consolidar corrientes turísticas de acuerdo a las tendencias actuales de acuerdo a sus gustos y preferencias; impulsando la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico. Es indubitable que se debe diversificar y diferenciar la oferta turística acentuándola hacia el turismo cultural, ecoturismo, turismo rural, de aventura, de salud, deportivo y de reuniones, con el propósito de generar mayor derrama económica.

Es prioritario fortalecer el mercado interno, ya que representa entre el 80 y 90% del movimiento turístico nacional. La oferta de servicios turísticos va en aumento, al igual que sus estándares de calidad y atención al cliente son mucho mejores.

Los tres niveles de gobierno señalan que es de vital importancia fomentar mayores y mejores esquemas financieros, sobre todo accesibles para promover inversiones en este ramo de actividad.

Uno de los puntos medulares es el aprovechamiento de la biodiversidad conservando y preservando los recursos naturales y culturales, además de consolidar el modelo de desarrollo turístico sustentable con el propósito de impactar en el bienestar social de las comunidades receptoras y tratar de reducir su pobreza.

Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018.

Plan Estatal de Desarrollo 2009 – 2015.

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable del Estado de Sonora 2010 – 2015.

Plan Municipal de Desarrollo 2013 – 2015.

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO HERMOSILLO

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE LA INVERSIÓN Miles \$
Estrategia para Optimizar la Calidad en la Prestación de Servicio, a Través de La Capacitación y Certificación de Trabajadores del Sector Turístico de La Ciudad de Hermosillo, Sonora	Profesionalizar a la planta laboral del sector turístico para hacer frente a las exigencias del mercado, a través del uso de estrategias de capacitación tripartita (Empresa, Escuela, Gobierno); y de la certificación las empresas.	Hermosillo	Los certificados emitidos por parte de la institución educativa a los trabajadores capacitados, y distintivo a empresas que inviertan en la profesionalización de su planta laboral, a cargo de la Comisión de Fomento al Turismo.	L o c a l i	De acuerdo a la Oficina de Convenciones y Visitantes, Hermosillo tiene 37 hoteles y 15 moteles dando un total de 52 establecimientos. Por otro lado, cuentan oferta gastronómica asciende a 68 restaurantes	Atiende a las necesidades expuesta por los principales agentes turísticos del sector. Combate el rezago en la incorporación de la tecnología en su forma de trabajo.	Adecuación y Equipamiento de la infraestructura de la UES Definición de los cursos a impartirse Definición de los lineamientos para la obtención del personal capacitado	Profesionalización del 30% de la planta laboral del sector turístico de el municipio de Hermosillo para Diciembre 2016	Comisión de Fomento al Turismo Universidad Estatal de Sonora Agentes del Sector Turismo	10,000

<p>“Estrategia de Conexión e Información entre los Turistas Extranjeros y los Proveedores del Turismo de Salud en la ciudad de Hermosillo.”</p>	<p>Consolidar estrategias para promocionar y ofertar paquetes integrales a pacientes extranjeros, que permitan posicionar la marca “Hermosillo” dentro del turismo de salud.</p>	<p>Hermosillo</p>	<p>Circuitos Turísticos definidos. Campaña de promoción y concientización a cargo de la Comisión de Fomento al Turismo. Manejo de paquetes de turismo de salud en las agencias de viaje</p>	<p>Exterior</p>	<p>Se cuenta con instituciones hospitalarias acreditadas por organizaciones médicas. 1 por la certificación JCI y 3 hospitales por SiNaCEAM. Lo que ayudar a garantizar un entorno seguro para el paciente extranjero.</p>	<p>Falta de unificación del proveedores de servicios de salud y prestadores de servicio turístico para ofrecer una oferta integral al paciente extranjero. Falta de promoción turística e estrategias como el Sonora Hospitality</p>	<p>Habilitación de Infraestructura de turismo accesible en general Concientización de turismo accesible a prestadores de servicios, así como a la población en general Integración de circuitos de salud</p>	<p>Posicionamiento de la marca “Hermosillo” como destino salud a nivel internacional Creación de un cluster para impulsar el turismo de salud</p>	<p>Servicio de transportación; sector salud; establecimientos de hospedaje; agencias de viaje y COFETUR</p>	<p>45,000</p>
--	--	-------------------	---	-----------------	--	--	--	---	---	---------------

<p>“Creación de un Observatorio Turístico para el Estado de Sonora, Primera Etapa”</p>	<p>Generar, concentrar y difundir la información turística del municipio de Hermosillo, a través de una plataforma amigable y actualizada</p>	<p>Hermosillo</p>	<p>plataforma web titulada “Observatorio Turístico” con el concentrado de la información turística municipal</p>	<p>Nacional</p>	<p>Aunado a la información propia, el observatorio puede apoyarse en: El Instituto Nacional de Estadística Geografía (INEGI) La Secretaría de Turismo Instituciones Gubernamentales</p>	<p>aversión del empresario a compartir sus número estadísticos, por temor a que la información sea utilizada para auditarlos o multarlos a través de otras dependencias</p>	<p>Mapeo de los recursos turísticos de la ciudad Monitoreo de la demanda turística Desarrollo de una plataforma web con información oportuna para los prestadores de servicios.</p>	<p>Proporcionar información útil y oportuna a los representantes antes del sector turismo.</p>	<p>UES, INEGI, COFETUR, Asociaciones del Sector Turístico</p>	<p>17,000</p>
---	---	-------------------	--	-----------------	---	---	---	--	---	---------------

<p>"Construcción de un Centro de Convenciones en San Carlos, Guaymas; Como Parte Integral del Fortalecimiento de Turismo de la Ciudad de Hermosillo</p>	<p>Edificación de un centro de convenciones que permita complementar y diversificar las plazas a un destino playa Y a la vez aprovechar la accesibilidad de la ciudad del turismo extranjero con la prestación de servicios durante el tránsito de los turistas</p>	<p>San Carlos</p>	<p>Edificación de un centro de exposiciones y conferencias de 7000 m2 entre áreas techadas y abiertas adicionales a las áreas de patios y plazas en la ciudad de San Carlos, Nuevo Guaymas</p>	<p>Extraterrestre San Carlos cuenta con infraestructura turística para atender a los turistas de reuniones. Hermosillo cuenta con accesibilidad de turistas nacionales y extranjeros Se cuenta con la disponibilidad del recurso humano para la construcción del bien inmueble</p>	<p>línea de producto no explotada por la falta de la infraestructura necesaria dentro de un destino playa ya consolidado</p>	<p>Construcción del inmueble Creación de Fideicomiso Emisión de Convocatoria Operación</p>	<p>Integración de tres destinos turísticos de Sonora para fortalecer a la entidad en materia de turismo de reuniones</p>	<p>COFETUR OCV ESTADO CANIRAC</p>	<p>163,113</p>
---	---	-------------------	--	--	--	--	--	---	----------------

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



UES
Universidad Estatal de Sonora
Valor, Inteligencia y Determinación

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



UES
Universidad Estatal de Sonora
Valor, Inteligencia y Determinación

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Portafolio de Proyectos de Inversión del
destino turístico de Hermosillo, Sonora.

Universidad Estatal de Sonora

Enero 2014

INDICE

1. PROYECTOS:

- Estrategia para optimizar la calidad en la prestación de servicio, a través de la capacitación y certificación de trabajadores del sector turístico de la Ciudad de Hermosillo, Sonora.
- Estrategia de conexión e información entre los turistas extranjeros y los proveedores del turismo de salud en la Ciudad de Hermosillo.
- Creación de un Observatorio Turístico para el Estado de Sonora,
 - a. Primera Etapa.
- Construcción de un Centro de Convenciones en San Carlos, Guaymas; Como Parte Integral del Fortalecimiento de Turismo de la Ciudad de Hermosillo

PROYECTO: Estrategia para optimizar la calidad en la prestación de servicio, a través de la capacitación y certificación de trabajadores del sector turístico de la Ciudad de Hermosillo, Sonora.

DESCRIPCION DEL PROYECTO

Objetivo: Profesionalizar la planta laboral del sector turístico a través de capacitación y especialización alineada con las exigencias del mercado.

Fig. 1 Secuencia en el Programa de Capacitación



Fuente: Diseño y elaboración propia

El mecanismo para incentivar la calidad en el servicio convoca la participación tripartita entre agentes turísticos, la máxima casa de estudios en materia turística en el estado de Sonora y la Comisión de Fomento al Turismo del Estado de Sonora y se consolida como una respuesta a las peticiones realizadas por los agentes que conforman el sector turístico del municipio.

La capacitación será impartida por la Universidad Estatal de Sonora, en las instalaciones de la Unidad Académica Hermosillo; quien buscará el respaldo del Sistema Nacional de Capacitación para el Sector Turismo (SNCT), para fomentar la profesionalización del sector turismo, impulsando el fortalecimiento de las capacidades, habilidades y conocimientos, en materia de generación de productos y prestación de servicios, así como la formación de capital humano,

acorde a las necesidades y requerimientos, tanto del mercado local-regional, como de los perfiles que demandan las economías modernas.

En aras de fortalecer la posición de las asociaciones turísticas, se diseñarán esquemas de participación y colaboración, para que de manera activa coadyuven en la gestión, diseño y elaboración de lineamientos y requisitos, para que las empresas del sector turismo puedan cumplir y cubrir satisfactoriamente con los perfiles y requerimientos, que las haga meritorias al distintivo de *Empresa Capacitada*.

Por otra parte, la Comisión de Fomento al Turismo, tendrá a su cargo la difusión del *Programa de capacitación y certificación de trabajadores del sector turístico de la Ciudad de Hermosillo, Sonora*, mismo que podrá utilizar para fortalecer la imagen del estado en sus campañas de promoción.

Uno de los aspectos innovadores dentro de los procesos de capacitación en el sector turístico que se proponen, está directamente vinculado con la integración de nuevas tecnologías para el desarrollo de las actividades turísticas, y el análisis de los beneficios que esto conlleva.

Localización

El programa piloto se realizara en el municipio de Hermosillo, Sonora, pretendiendo escalar el modelo al resto del estado, una vez haya sido aprobado.

La ubicación física del desarrollo del programa será en: Avenida Ley Federal del Trabajo s/n colonia Apolo.

Productos

Como resultados tangibles del programa se espera obtener los productos siguientes:

- Certificados emitidos por parte de la institución educativa a los trabajadores capacitados, y
- Distintivo de *Empresa Capacitada* para aquellas que inviertan en la profesionalización de su planta laboral, a cargo de la Comisión de Fomento al Turismo.

Mercado.

El ámbito de acción e impacto del Programa se circunscribe, en primera instancia al mercado local, sin embargo existe la iniciativa de trascender su radio de acción allende las fronteras locales, desde la perspectiva de que los beneficios generados impactarán a toda la clase de turistas del estado.

Factibilidad de producción competitiva.

Hermosillo, como ciudad capital, cuenta con una basta infraestructura para la prestación de servicios turísticos. De acuerdo a la Oficina de Convenciones y Visitantes, en esta ciudad se tienen registrados 37 hoteles y 15 moteles, que de manera conjunta ofertan

4,181 habitaciones a turistas y visitantes. En el mismo ámbito, la oferta gastronómica asciende a 68 restaurantes.

Problemas a resolver.

La propuesta atiende a las necesidades expuestas por los principales agentes turísticos de la región, a saber:

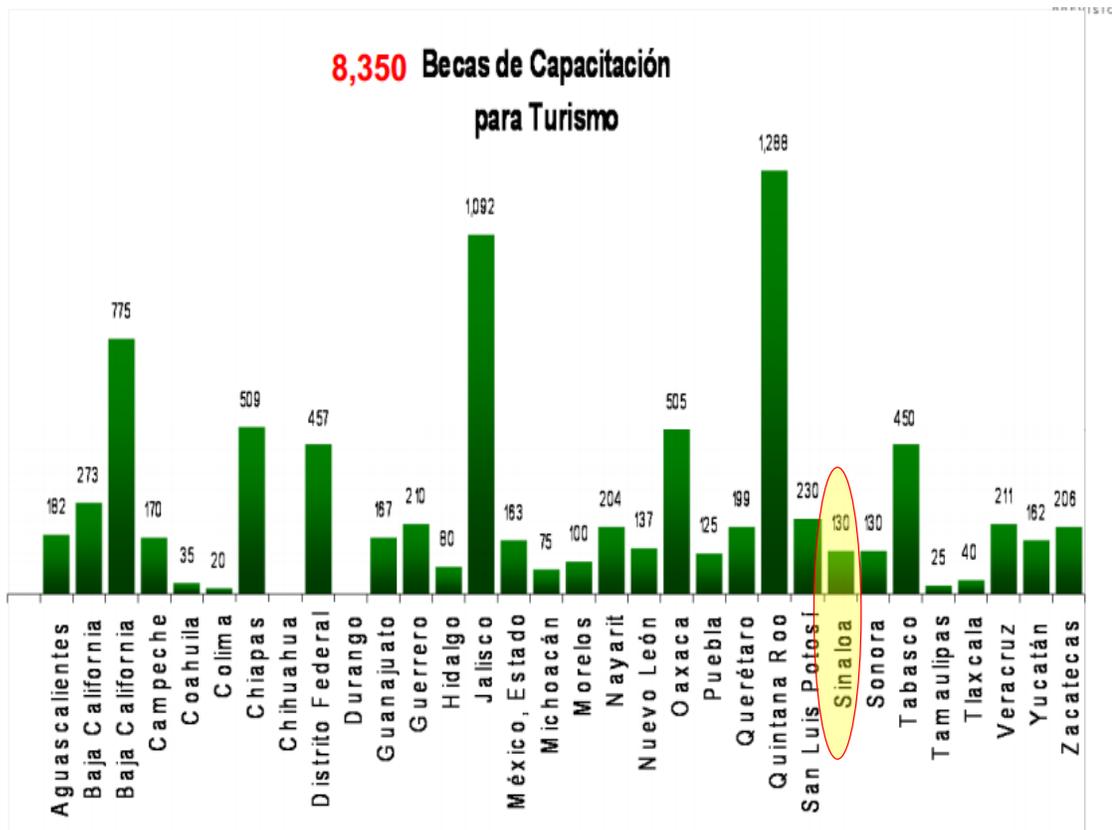
- Oficina de Convenciones y Visitantes, OCV
- Instituto Municipal de Cultura, Arte y Turismo (IMCATUR)
- Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles
- Expo Forum, Centro de Convenciones y Exposiciones en Hermosillo
- Asociación Mexicana de Agencia de Viajes Delegación Sonora (AMAV)
- Cámara de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC)
- Volaris
- Avis Car Rental

Quienes puntualizaron a través de un foro encabezado por la Universidad Estatal de Sonora, las necesidades de capacitación y especialización en cada uno de los diferentes giros representados.

Dichas necesidades van alineadas con la consecución del objetivo “Qué México ofrezca el mejor turismo del mundo” planteado en el Acuerdo Nacional por el Turismo, firmado por el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, el 28 de febrero de 2011.

En el marco de dicho acuerdo, el Servicio Nacional del Empleo entregó becas para mejorar las capacidades laborales a los trabajadores del sector en distintas entidades de la República, como se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 1. Becas de Capacitación para turismo



Fuente: (Secretaría de Trabajo y Previsión Social, 2011):

Como se puede observar, Sonora se ubica por abajo de la media nacional en el programa, situación que en realidad debe mirarse como una evidente área de oportunidad para canalizar inversiones a acciones de capacitación turística en el estado.

Por otra parte, tomando en consideración los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicio turístico, se definieron las siguientes:

Acciones a realizar.

Tabla 1. Acciones a realizar de los agentes integrantes del proyecto.

ACCIONES A REALIZAR	UES	AGENTES TURÍSTICOS	COMISIÓN DE FOMENTO AL TURISMO
Contratación y selección de personal calificado	X		
Adquisición de mobiliario y equipo	X.		
Campaña publicitaria del proyecto			X
Definición de % de personal capacitado por giro empresarial		X	X
Determinación de necesidades de capacitación		X	
Elaboración de programas de capacitación	x		
Realización de lineamientos y requisitos para la obtención del distintivo			X

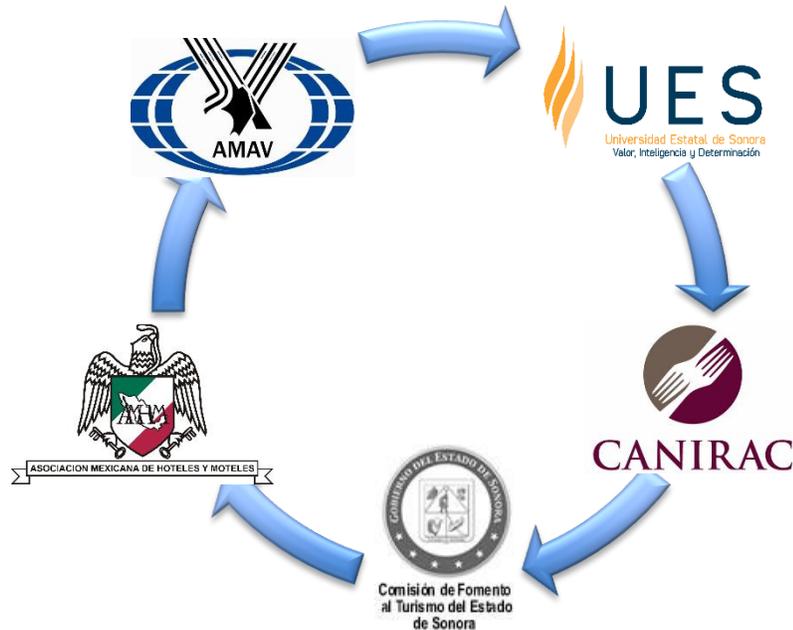
Fuente: Elaboración Propia

Metas o Impacto.

- ✓ Fortalecimiento de las diversas asociaciones del sector turístico, como resultado de una mayor incorporación de empresas
- ✓ Homologación de la calidad en la prestación de servicios.
- ✓ Profesionalización del 30% de la planta laboral del sector turístico del municipio de Hermosillo, para Diciembre 2015.
- ✓ Diferenciación nacional
- ✓ Fortalecimiento de la relación empresa , gobierno, entidades educativas.
- ✓ Fortalecimiento de los programas educativos con base en las competencias detectadas en el sector laboral.

Agentes involucrados.

Fig. 2 Agentes Participantes



Fuente: Diseño elaboración propia

Monto de la Inversión. Para la puesta en marcha del Programa de Capacitación se ha considerado necesario disponer de recursos para financiar las acciones siguientes:

- Costo de impartición de los cursos
- Costo de mobiliario y equipo para acondicionar los espacios dispuestos por la UES para este fin.
- Pago de plantilla laboral docente.

Análisis de viabilidad y prioridad de las propuestas:

- **Potencialidad de mercados**

El proyecto de capacitación está diseñado para atender las demandas de los principales agentes turísticos del Estado, con el fin de crear una oferta a cada demanda específica.

- **Factibilidad Técnica**

Para la puesta en marcha de Programa de Capacitación, la Universidad Estatal de Sonora (UES) cuenta con el Programa Educativo de la Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas (LAET). A la fecha cuenta con 20 generaciones de egresados de la Licenciatura. Dispone de una

planta docente conformada por 35 profesores, de los cuales, 30 son de tiempo completo, 1 de medio tiempo y 4 de asignatura.

De los docentes de tiempo completo, 24 cuentan con estudios de posgrado y 10 con Perfil PROMEP. Además, cinco docentes están estudiando el Doctorado en posgrados de Calidad.

- **Sostenibilidad**

Para el análisis de este aspecto se tomarán en consideración los siguientes factores:

- Recursos humanos. La Universidad Estatal de Sonora cuenta con capital humano disponible y capacitado para la realización de los cursos.
- Disponibilidad del capital humano. El mercado cuenta con disposición de adquirir la capacitación.

- **Recursos financieros**

Inversión Requerida: 10,000,000.00

- ✓ Adecuación de Inmuebles
- ✓ Capacitación de docentes
- ✓ Elaboración de Cursos
- ✓ Acreditaciones necesarias ante la SEP, COFETUR para la impartición de cursos.
- ✓ Campaña de Promoción del Programa

Costo por curso: \$20,000.00 por grupos de 20 (cupó máximo)

Rentabilidad Esperada proyectada a 10 años:

TIR: 3.05%

VPN: 7,449,063.73

- **Capacidad de Gestión**

Existe un acuerdo de colaboración entre los agentes de turísticos y la institución educativa, en donde se plantea la intención de recibir este tipo de servicios.

PROYECTO: Estrategia de conexión e información entre los turistas extranjeros y los proveedores del turismo de salud en la ciudad de Hermosillo.

Descripción del Proyecto

Objetivo: Consolidar estrategias para promocionar y ofertar paquetes integrales a pacientes extranjeros, que permitan posicionar la marca “Hermosillo” dentro del turismo de salud.

Localización

El proyecto se llevará a cabo en la ciudad de Hermosillo, capital del estado de Sonora, toda vez que cuenta con la infraestructura necesaria para el desarrollo del segmento de turismo de salud; además de estar convenientemente localizada a tan solo 250 km de la frontera con los Estados Unidos.

Productos

Como resultado del proyecto integral se obtendrán los siguientes productos, tangibles e intangibles:

- ❖ Circuitos Turísticos definidos.
- ❖ Campaña de promoción y concientización a cargo de la Comisión de Fomento al Turismo.
- ❖ Manejo de paquetes de turismo de salud con las agencias de viaje.

Mercado

El proyecto está orientado al mercado Estadounidense; ya que según cifras del Centro de Soluciones para la Salud de Deloitte, brazo de investigación de servicios de la salud de Deloitte LLP, en 2007 viajaron 750,000 estadounidenses al extranjero para recibir atención médica. En México, durante 2009, el turismo médico generó una captación de ingresos por 122 millones de dólares (mdd) anuales, de los cuales 90 mdd fueron por el uso de servicios médicos y 32 mdd costos por concepto de viajes. Para 2012, la afluencia total de turistas por estos motivos fue de 1.6 millones de pacientes, registrando un crecimiento anual de 35 por ciento.

Además, de acuerdo con información reportada por el Portal VisitMexico.com, más de un millón de extranjeros retirados han elegido los destinos de México para su estadía prolongada o permanente, toda vez que la oferta turística (Cluster de salud) les resulta altamente atractiva.

Factibilidad de producción competitiva

Hermosillo cuenta con instituciones hospitalarias aptas para el turismo de salud, acreditadas por organizaciones médicas de reconocido prestigio nacional e internacional, que generan un entorno seguro para los pacientes, el personal que labora y las visitas.

La Certificación Joint Commission International (JCI), constituye la acreditación líder de organizaciones de salud, a nivel mundial. En México solo 11 hospitales cuentan con esta certificación, entre las que se encuentra la Clínica CIMA, de Hermosillo, acreditada desde 2008.

A su vez, la Secretaría de Salud Federal, a través de Sistema Nacional de Certificación de Establecimientos de Atención Médica (SiNaCEAM), ha certificado a 105 hospitales, 98 de los cuales están homologados con estándares internacionales, entre las que se encuentran las siguientes instituciones establecidas en Hermosillo:

- Clínica del Noroeste
- Hospital Cima Hermosillo
- Grupo Médica San José

Problemas a resolver.

Sonora, específicamente Hermosillo, cuenta con varias áreas de oportunidad en cuanto al desarrollo del turismo de salud.

Uno de ellas se deriva de la falta de unificación del proveedores de servicios de salud y prestadores de servicio turístico, orientada a generar una oferta integral al paciente extranjero.

Otra de las áreas de oportunidad en este rubro se deriva del manejo erróneo de estrategias en la actualidad. Un caso ilustrativo de esta situación es el *Sonora Hospitality*, quien en su portal <http://www.sonorahospitality.com/> (herramienta conjunta de la Comisión de Fomento al Turismo y de a Secretaría de Salud del Estado de Sonora), ofrece información relevante sobre los beneficios que implica entenderse en Sonora, sin embargo:

- Es un proyecto asilado pues no se incluye dentro de la oferta turística del portal oficial de la Comisión del Fomento al Turismo (www.sonoraturismo.gob.mx/).
- Solo oferta hospitales y no oferta servicios complementarios.

Aunado a lo anterior, subyace el problema de falta de instalaciones y de prestadores de servicios adecuados para la prestación de servicios turísticos accesibles, de modo que los pacientes no pueden disfrutar de Hermosillo en igualdad de condiciones que el turista normal, lo cual genera el desaprovechamiento de la ventaja competitiva que representa el turismo de salud en esta ciudad sonorenses.

Acciones a realizar.

1) Habilitación de Infraestructura de turismo accesible en general, orientada a incrementar la oferta de:

- ✓ Transporte adaptado
- ✓ Restaurantes accesibles

- ✓ Hotel inclusivo
- ✓ Itinerarios accesibles

2) Concientización de turismo accesible a prestadores de servicios, así como a la población en general.

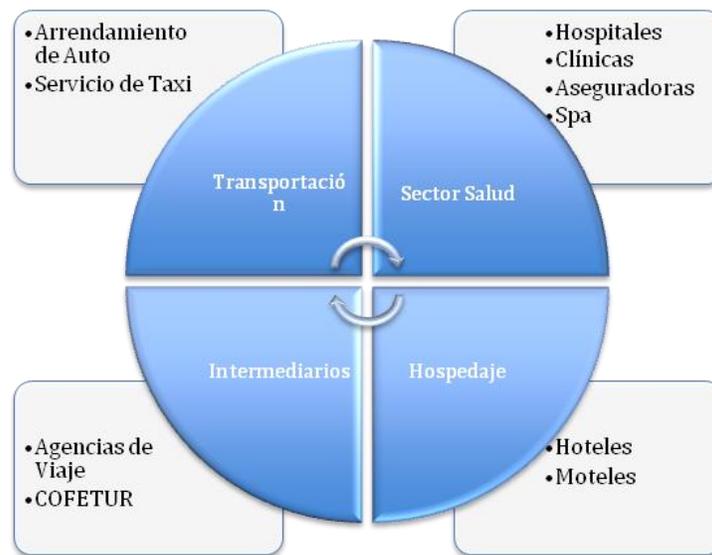
3) Integración de circuitos de salud.

Metas o Impacto.

- ✓ Promoción y posicionamiento de la región como el destino “ideal” para realizar tratamientos médicos, con respecto a otras áreas geográficas.
- ✓ Generación de confianza en el paciente internacional, resaltando los altos estándares internacionales con los que cuenta la medicina en Hermosillo.
- ✓ Incrementar el número centros de salud certificados por normas internacionales.
- ✓ Creación de un “cluster” para impulsar el turismo médico, mediante el proceso de integración, promoviendo las sinergias locales.
- ✓ Promover la marca “Hermosillo” como destino salud a nivel internacional.

Agentes involucrados.

Figura 3. Relación de agentes involucrados en la prestación del turismo de salud



Fuente: Elaboración Propia

Monto de la Inversión.

De los gastos generados por el proyecto, los correspondientes al gobierno en sus distintos

niveles, apuntan en los rubros siguientes:

- Modificación de la infraestructura urbana de los principales puntos turísticos de la ciudad que no cumplan con NTC 81/01/03, norma técnica complementaria al reglamento de construcción para el municipio de Hermosillo; que establece los requerimientos de accesibilidad para personas con capacidades diferentes en edificios e instalaciones.
- Adecuación de salas especiales en los puertos de acceso de la ciudad: estación de autobuses y aeropuerto. Y el costo de la campaña de promoción y concientización.

Por lo anterior se estima una inversión de alrededor de 45 millones de pesos

Análisis de viabilidad y prioridad de las propuestas:

Potencialidad de mercados

Oferta:

- Clínica del Noroeste
 - Certificación SiNaCEAM
- Hospital Cima Hermosillo
 - Certificación JCI, Joint Commission International
 - Certificación SiNaCEAM
- Grupo Médica San José
 - Certificación SiNaCEAM

Demanda:

1.6 millones de pacientes para 2012, con un crecimiento anual de 35 por ciento.

Principales Productos:

Circuitos de Salud. Que integrarán los servicios complementarios del turismo de salud.

Accesibilidad del destino:

- Vía aérea: 9 aerolíneas
- Vía Terrestre:
 - Carretera Internacional No. 15

Factibilidad Técnica.

Infraestructura:

Se requiere adecuación concientización y promoción del hotel inclusivo, y transporte adaptado; así como adecuaciones en vialidades.

Sostenibilidad.

Se requiere una reforma a los lineamientos de desarrollo urbano para instar a la sociedad a realizar vialidades accesibles.

Recursos financieros:

Inversión: \$45,000,000.00 (Cuarenta y cinco millones de pesos)

Rentabilidad:

- TIR: 17.57%
- VPN: 756,874.67

Impacto

Se espera posicionar a Hermosillo con un atractivo distintivo que le permita tener una derrama económica importante a nivel estatal por motivo de la actividad turística.

Aunado a esto, está el problema de falta de instalaciones y de prestadores de servicios adecuados para la prestación del turismo accesible, de modo que los pacientes no pueden disfrutar de Hermosillo en igualdad de condiciones que el turista normal.

Por lo anterior, no se está explotando lo que podría ser el principal giro turístico de la ciudad, el turismo de salud.

Acciones a realizar.

1) Habilitación de Infraestructura de turismo accesible en general. Incluye incrementar el número de:

- ❖ Transporte adaptado
- ❖ Restaurante accesible
- ❖ Hotel inclusivo
- ❖ Itinerarios accesibles

2) Concientización de turismo accesible a prestadores de servicios, así como a la población en general a través de talleres, campañas y concursos.

3) Integración de circuitos de salud.

Metas o Impacto.

- Promoción y posicionamiento de la región como el destino “ideal” para realizar tratamientos médicos, con respecto a otras áreas geográficas.
- Generación de confianza en el paciente internacional, resaltando los altos estándares internacionales con los que cuenta la medicina en Hermosillo.
- Incrementar el número centros de salud certificados por normas internacionales.
- Creación de un “cluster” para impulsar el turismo médico, mediante el proceso de integración, promoviendo las sinergias locales.
- Promover la marca “Hermosillo” como destino salud a nivel internacional.
- Es un proyecto aislado pues no se incluye dentro de la oferta turística del portal oficial de la Comisión del Fomento al Turismo (www.sonoraturismo.gob.mx/).
- Solo oferta hospitales y no oferta servicios complementarios.

PROYECTO: “Creación de un Observatorio Turístico para el Estado de Sonora. Primera Etapa”

Descripción del Proyecto.

Objetivo

Generar, concentrar y difundir la información turística del municipio de Hermosillo, a través de una plataforma amigable y actualizada, que contribuya al mejoramiento del sistema turístico de la Ciudad Capital.

El Observatorio Turístico, en Turismo del Estado de Sonora, estará a cargo de la Universidad Estatal de Sonora; quien obtendrá información de campo a través de un trabajo conjunto de alumnos y docentes; con la única finalidad de utilizar la información para alimentar las estadísticas del sector, solventando la problemática actual en materia de generación y disponibilidad de información (cuantitativa y cualitativa), oportuna, confiable, clara y homogénea.

Localización

En una primera etapa el proyecto se centrará en el municipio de Hermosillo, para escalar el proyecto a los demás municipios del Estado en etapas posteriores.



Productos

El entregable de este proyecto será la plataforma web titulada “Observatorio Turístico” con el concentrado de la información recopilada.

Mercado

El proyecto está dirigido al mercado local, toda vez que los usuarios por excelencia serán el gobierno estatal y los agentes que conforman el sector turístico de la ciudad.

Factibilidad de producción competitiva.

Básicamente la información que alimentará al Observatorio será generada a través de diversos mecanismos y procedimientos metodológicos, entre los que tendrán especial relevancia actividades de trabajo de campo. No obstante, fuentes como las que se mencionan a continuación también serán consideradas para el reforzamiento de la información generada y que se ofrecerá a los usuarios.

- El Instituto Nacional de Estadística Geografía (INEGI)
- La Secretaría de Turismo (SECTUR)
- Instituciones Gubernamentales

Problemas a resolver.

En un foro organizado por la Universidad Estatal de Sonora y los principales agentes turísticos de la región, Guadalupe Moreno Celaya, Operadora Turística de IMCATUR, puntualizó sobre la *aversión del empresario* a compartir su información estadística (financiera, contable y administrativa), por temor a que la sea utilizada para auditarlos o multarlos, a través de diversas instancias gubernamentales.

En este contexto, el efecto que genera esa situación demerita la calidad de la información, con el consecuente impacto (incierto) en la toma de decisiones que llevan a cabo tanto los agentes del sector público como privado.

Acciones a realizar

- Desarrollar una plataforma web con información relevante para los prestadores de servicio turístico.
- Realizar un inventario de la oferta turística de Hermosillo.
- Monitorear la demanda turística a través de trabajo de campo y foros estratégicos.
- Levantar encuestas en los distintos establecimientos turísticos.
- Apoyarse de información estadística proveniente de estudios gubernamentales.

Metas o Impacto

Metas

- Generar un sistema de información confiable y actual de la oferta turística
- Conocer e identificar a los visitantes nacionales e internacionales a la ciudad de Hermosillo
- Proporcionar información útil y oportuna a los representantes del sector turismo.

Impacto

Con la creación del Observatorio Turístico, por parte de una Institución de Educación Superior (UES), se persigue como beneficio principal, generar un ambiente de confianza y una cultura de veracidad y certidumbre, entre los prestadores de servicios turísticos y agentes vinculados al sector, para compartir la información de sus negocios.

Además, se buscará eliminar el temor que existe en el sentido que las dependencias gubernamentales homologan la información proporcionada, para posteriormente llevar a cabo acciones encaminadas a aplicar sanciones económicas o administrativas a las empresas del sector.

Agentes involucrados

Fig. 4 Integración de Fuentes del Observatorio Turístico



Fuente: Elaboración Propia

Monto de la Inversión.

Para la puesta en marcha, de la primera etapa del proyecto, se ha presupuestado una inversión inicial de \$17,000, 000.00 millones, considerando los siguientes rubros a financiar:

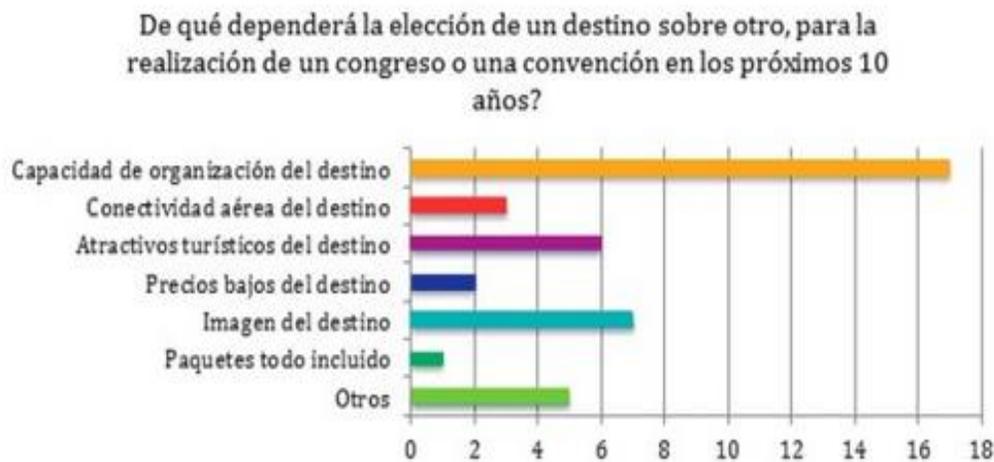
- Mapeo general de los atractivos turísticos de Hermosillo
- Pago de Viáticos para viajes de campo
- Impresión de material para la realización de encuestas
- Organización de foros trimestrales con los representantes de las distintas asociaciones del sector turismo.
- Creación y mantenimiento de página web
- Pago del personal encargado de procesar, capturar y administrar la información.

PROYECTO: Construcción de un Centro de Convenciones en San Carlos, Guaymas, como parte integral del fortalecimiento de turismo de la ciudad de Hermosillo.

La organización de congresos y convenciones; es una estrategia que ha detonado cambios positivos a favor del sector turismo; por su calidad en el servicio a así como por sus bellezas naturales y culturales, el estado de Sonora se encuentra posicionado a nivel nacional e internacional (García 2012)

En un estudio realizado en 2012, a 83 profesionales de diversas áreas (sector educativo, hotelero, consultores, iniciativa privada, recintos feriales, dependencias gubernamentales, clientes HMO, oficinas de convenciones y visitantes, política y banca), sobre aspectos encaminados a posicionar como sede de Congresos y Convenciones, a la Ciudad de Hermosillo, se destaca lo siguiente:

Gráfico 2. De qué dependerá la elección de un destino sobre otro, para la realización de un congreso o una convención en los próximos 10 años.



Fuente: García, F. 2012, Tesis: Análisis prospectivo de la actividad turística en Hermosillo, Sonora. Escenarios 2022. Universidad de Valencia.

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable del Estado de Sonora 2010-2015, afirma que un sector organizado trabaja de manera conjunta, genera más y mejores fuentes de empleo, constituyendo al turismo como una de las actividades sustentables más importantes del estado. De lo anterior podemos inferir que, hacer uso de las distintas plazas con las que cuenta una entidad federativa, fortalecerá el posicionamiento del estado, como destino de turismo de reuniones.

Descripción del Proyecto

Objetivo

De acuerdo con el Plan Estratégico Oficina de Convenciones y Visitantes de Hermosillo 2010-2015, Hermosillo perfila como “El destino turístico más importante del Noroeste de México en el mercado de Congresos y Convenciones”.

Ello requiere tener la capacidad de organización suficiente para coordinar, tanto a nivel municipal como estatal, a los prestadores de servicio turísticos, de modo que pueda ofrecer servicios integrales que fomenten y fortalezcan la estadía de turistas en la ciudad de Hermosillo.

El proyecto propone la edificación de un Centro de Exposiciones y Conferencias de 7000 m², entre áreas techadas y abiertas, adicionales a las áreas de patios y plazas en la ciudad de San Carlos, Nuevo Guaymas, lo que permitiría a la ciudad de Hermosillo:

- Complementar y diversificar su oferta de Congresos y Convenciones, al ampliar sus instalaciones en plazas distintas, generando una oferta turística, en un segmento de producto no explotado hasta ahora, ante la carencia de infraestructura necesaria, dentro de un destino playa consolidado.
- Aprovechar su ventaja competitiva de ubicación, al beneficiarse del “Principal Destino Turístico Nacional”, (COFETUR), a través de su portal, ubicándose como la principal puerta de acceso al mercado internacional y por lo tanto, acreedor a la prestación de sus servicios durante el tránsito y estadía de los turistas.

En este contexto, y por la ubicación geográfica de Guaymas, como punto intermedio entre las dos principales ciudades del Estado de Sonora, el proyecto que aquí se expone se convertirá en un detonador de la economía y la actividad turística del Estado de Sonora.

Localización



Fuente: Elaboración Propia

La construcción se realizará entre San Carlos y Guaymas, frente al Mar de Cortés, en el KM 5.57 de la carretera San Carlos a Las Tinajas, Guaymas, Sonora, México, C.P. 85340

Productos

El Centro de convenciones incluye: la edificación para un Centro de Exposiciones y Conferencias. (Salón principal, vestíbulo, espacio para eventos al aire libre, andenes patios de maniobras y servicios), con las siguientes especificaciones:

- Construcción de edificación para centro de exposiciones y conferencias. (salón principal, vestíbulo, espacio para eventos al aire libre, andenes patios de maniobras y servicios).
- Áreas techadas: 5,977 M2 (Salones 1500 pers, Administración, áreas Privadas, Publicas, servicios Generales, cocina Principal).
- Áreas techadas Abiertas: 1,000 M2 (Terraza salón Principal Portal, Motor Lobby, Recepción, Módulos de Registro de Salones A y B) Lobby áreas complementarias y baños)
- Patios y Plazas: 2,559 M2 (Patio para eventos Principal 1400 pers, Patio para eventos Secundario, espejo de agua, jardín de servicios, glorieta de acceso)

- Vialidades, Estacionamiento y Servicios: 22,277 M2 (vialidad desde carretera, vialidad de acceso principal y bahía, estacionamiento 8 autobuses, estacionamiento 458 cajones, patio de servicios)
- Jardines: 8, 615 m2 (jardinería perimetral a la edificación, jardinería salón principal, jardinería estacionamiento)

Proyecto Arquitectónico:

Imagen 1. Planta Arquitectónica Centro de Convenciones.



Imagen 2. Perspectivas digitales del inmueble



Fuente: Humberto Artigas Arquitectos

Mercado.

El inmueble será edificado para atender a turistas nacionales e internacionales.

Su edificación atiende la necesidad de fortalecer la integración de las plazas de Sonora para lograr un posicionamiento nacional e internacional; y diversificar el turismo de negocios de la ciudad de Hermosillo.

Factibilidad de producción competitiva.

San Carlos, Nuevo Guaymas cuenta con la siguiente infraestructura turística, que contribuirá al éxito del Centro de Convenciones.

Tabla 2 Establecimientos Restaurant – Bar, en San Carlos

RESTAURANT - BAR	
NOMBRE	DIRECCIÓN
La Palapa Playa Bar	Paseo Mar Bermejo No. 4 Norte Playa los Algodones San Carlos Sonora
Blackie's Restaurant & Bar	Bldv. Manlio F. Beltrones Km. 10 San Carlos, Sonora
Toro's Restaurant Bar	Bldv. Manlio F. Beltrones Km. 9 San Carlos, Sonora
Restaurant Bar los Arbolitos SC	Bldv. Manlio F. Beltrones Plaza Comercial No.1 San Carlos, Sonora
Marina Cantina & Deli	Sector Bahía La Herradura Local # 5 y 6 Edificio Marina San Carlos
Tequilas Restaurant & Bar	Calle Almirante Ave. Gabriel Estrada San Carlos, Sonora
Restaurant Bar Mar de Cortez	Estero del Soldado S/N Interior Condominios Pilar San Carlos, Sonora
El Embarcadero Restaurant & Bar	Calle Gabriel Estrada S/N Sector la Herradura San Carlos, Sonora
Bananas Restaurant & Bar	Lote 246 Calle Sol Sector Crestón San Carlos, Sonora
Froggy's Restaurant & Bar	Bldv. Manlio F. Beltrones Km. 9.5 San Carlos, Sonora
Charly's Rock Palapa Restaurant y Sport Bar	Bldv. Manlio F. Beltrones Km. 9 San Carlos, Sonora
El Sahuaro	Dentro del Hotel Paradiso Resort, San Carlos, Sonora
Restaurant Delfines	Dentro del Hotel Fiesta Real
Resaturant Bar Mar de Cortés	Dentro del Hotel Playas de Cortés
La Salsa Beach Bar	Bulevar Manlio Fabio Beltrones Km 20 s/n Local 2 85506 San Carlos, Sonora, Mexico
The Caddy Shack	Ave. De los Yaquis, entre condominios Loma Bonita y Solimar, San Carlos, Sonora
La Palapa Beach Bar / Restaurant	La Posada Condominios San Carlos, Sonora
Pool House Sport Bar	Bldv. Beltrones Plaza las Palmas San Carlos Sonora
La Conquista	Bldv. Manlio F. Beltrones No. 1600 San Carlos, Sonora
Mojitos Bar	
Panchito Villa	Bldv. Manlio F. Beltrones y paseo Dichoso local 6
Club Nautico	Avenida Serdán Calle 27 Interior Escala Náutica
Club de Capitanes Restaurant Cantina	140 Calle Concha, Caracol Turístico. San Carlos Nvo. Guaymas

Fuente: Oficina de Convenciones y Visitantes Guaymas, 2014

Tabla 3. Establecimientos que ofrecen servicio de Renta de Embarcaciones en la Ciudad de San Carlos

EMBARCACIÓN	ESPECIALIDAD	CAPACIDAD
EL DUQUE	Pesca y Buceo	40 personas
Mas Bravo	Pesca y Cruceros	20 Personas
Bravo	Pesca y Cruceros	12 Personas
Harvester	Pesca y Cruceros	14 Personas
Reelaxion	Pesca y Cruceros	10 personas
Hakumba Matata	Pesca y Cruceros	12 Personas
Caleodiscopio	Cruceros	
Tetabampo	Pesca y Cruceros	7 a 20 personas
Sin Rumbo	Pesca y Cruceros	12 Personas
Armando García	Cruceros	10 personas
Hattie Annie Charters	Pesca y Cruceros	12 Personas
Bob Blair's Charter Boats	Pesca y Cruceros	
Catch 22	Pesca	10 personas
Dakota Charters	Pesca y Cruceros	12 personas
By Tag	Pesca y Cruceros	15 personas
Grajeda's Charters Sport Fishing	Viajes de pesca, Excursiones	10 personas
Tequila Sheila Fishing Charters	Pesca y Cruceros	
La Gran Dama	Pesca y Cruceros	25 personas
Baja Adventure	Buceo, peseos, fiestas	100 personas
Manuel Espriu	Lancha para esquiar o snorklear	6 personas

Fuente: Oficina de Convenciones y Visitantes Guaymas, 2014

Tabla 4. Hoteles en la Ciudad de San Carlos

HOTELES		
NOMBRE	CATEGORÍA	# HABITACIONES
Posada del Desierto	3 estrellas	17 habitaciones
Posada Condominios & Resort Hotel	o	26 habitaciones
Hotel Fiesta Real	3 estrellas	24 habitaciones
Hotel Creston	3 estrellas	28 habitaciones
Los Jitos Hotel & Spa	3 estrellas	33 habitaciones
Hotel Best Western Hacienda Tetakawi	4 estrellas	22 habitaciones
Condominios Dorado	3 estrellas	6 condominios
Hotel Paradiso Resort	4 estrellas	170 habitaciones
Hotel Marina Terra	4 estrellas	112 habitaciones
San Carlos Plaza Hotel, Resort & Convention Center	5 estrellas	173 habitaciones
Sea Side Reservasiones (renta de casas y condos)		
Playa Blanca Condominios	Resort	26 habitaciones
Remax Firts Choice Realty (renta de casas y condos)		
Sea Of Cortez Beach Club	Resort	40 habitaciones

Problema a Resolver

En base a la tendencia del mercado, de fortalecer el turismo de reuniones en Hermosillo, es necesario diversificar la oferta de plazas, a fin de mejorar la competitividad del destino con rutas hacia destinos playa. Dentro del Municipio se cuenta con Bahía de Kino, cuya planeación urbana y falta de infraestructura, no permite explotar turísticamente al destino acorde a la calidad de su recurso natural. Sin embargo, la ciudad capital cuenta con otras playas a la misma distancia, pertenecientes al vecino municipio de Guaymas, las cuales, con una inversión menor, pueden potencializar el desarrollo regional del Estado de Sonora, en lo que a turismo de reuniones se refiere, tal como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 5. Comparación de servicio de hospedaje entre San Carlos, Guaymas y Bahía de Kino.

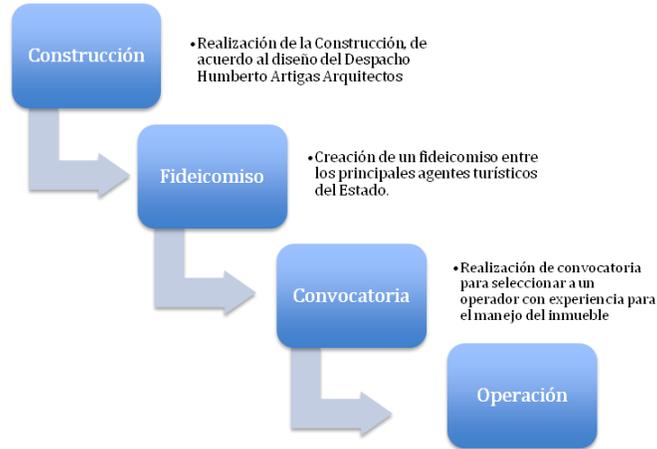
SAN CARLOS			BAHIA DE KINO		GUAYMAS		
HOTEL	CATEGORIA	NO. HABITACIONES	HOTEL	NO. HABITACIONES	HOTEL	CATEGORIA	NO. HABITACIONES
Posada del Desierto	3 estrellas	17	Bella Vista	2	Hotel Impala	3 estrellas	57
Posada Condominios & Resort Hotel	Resort	26	Búngalos Cactus	4	Hotel Rubi	3 estrellas	10
Hotel Fiesta Real	3 estrellas	24	Hotel Posada del Mar	46	Motel Las Playitas	3 estrellas	30
Hotel Creston	3 estrellas	28	Islandia Marina Caballeros	12	Hotel del Puerto	3 estrellas	71
Los Jitos Hotel & Spa	3 estrellas	33	Departamentos Las Palmas	6	Hotel Malibu	3 estrellas	42
Hotel Best Western Hacienda Tetakawi	4 estrellas	22	Hotel La Playa	20	Hotel Ana	3 estrellas	35
Condominios Dorado	3 estrellas	6 condos.	Condominio Las Toninas	8	Motel Casa Blanca	3 estrellas	37
Hotel Paradiso Resort	4 estrellas	170	Posada Las Aves	12	Leos Inn	3 estrellas	12
Hotel Marina Terra	4 estrellas	112	Dolphin Hotel	10	Motel Flamingos	3 estrellas	55
San Carlos Plaza Hotel, Resort & Convention Center	5 estrellas	173	Sun City Hotel	10	Hotel San Enrique	3 estrellas	36
Sea Side Reservas (renta de casas y condos)			VB Hotel Bahía de Kino Viejo	16	Hotel Santa Rita Aeropuerto	3 estrellas	40
Playa Blanca Condominios	Resort	26	Departamentos Geko	7	Hotel Santa Rita	3 estrellas	31
Remax Firts Choice Realty (renta de casas y condos)			Búngalo Parador Bellavista	2	Suites del Sol	3 estrellas	20
Sea Of Cortez Beach Club	Resort	40			Hotel del Sol	3 estrellas	40
					Hotel Holiday Inn Express	4 estrellas	130
					Hotel Armida	4 estrellas	125
					Hotel Playa de Cortés	4 estrellas	115

Por otro lado, el desarrollo de este proyecto, beneficiará al Municipio de Guaymas, al solventar el problema de baja incidencia de extranjeros, por la falta de vuelos internacionales hacia el aeropuerto Internacional de Guaymas “General José María Yáñez”.

Acciones a realizar

Para la realización de este proyecto deben realizar las siguientes actividades:

Figura 5. Acciones a seguir en la constitución del proyecto



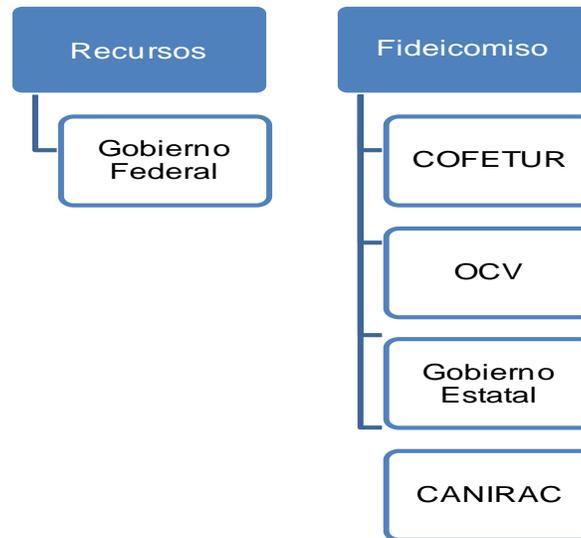
Fuente: Elaboración Propia

Metas o Impacto

- Fortalecimiento del Turismo de Salud de Hermosillo a través de la inclusión de una nueva plaza dentro del cluster de salud.
- Incremento de hospedaje y servicios turísticos de Hermosillo, como conectividad principal del estado hacia San Carlos, Nuevo Guaymas.
- Integración un circuito para fortalecer a la entidad en materia de turismo de reuniones.
- Generación de empleos, fortalecimiento de los distintos prestadores de servicios turísticos

Agentes involucrados

Figura 6. Agentes Participantes



Fuente: Elaboración Propia

La administración del inmueble estará a cargo de los principales agentes turísticos de la región, quienes se encargarán de vigilar y seleccionar al operador profesional que este a cargo de la operación del mismo,

La visión de los integrantes del fideicomiso será maximizar la derrama económica derivada del desarrollo de congresos y convenciones.

Monto de la Inversión

Tabla 6. Costo del Proyecto

TABLA DE AREAS	
TECHADO AIRE ACONDICIONADO	1,950 m2
SALONES	500 m2
Salón Principal - 900 Personas	160 m2
Salón A - 80 Personas	290 m2
Salón B - 160 Personas	
ADMINISTRACION	1755 m2
(2) Ctos. Privados	
Recepción	
Cocineta	
Áreas Verdes	
Showroom	
AREAS COMPLEM. PRIVADAS	175 m2
Sala de juntas	33 m2
Sala de Organizadores	34 m2
Cuarto de Conferencias	54 m2
Cuarto para Novios	54 m2
AREA PÚBLICA	600 m2
Módulo de información	5 m2
Módulo de Guardarropa	10 m2
Librería y Cafetería	100 m2
Portal Salón Principal	485 m2
SERVICIOS PÚBLICOS	225 m2
Enfermería	31 m2
Sanitarios Mujeres	97 m2
Sanitarios Hombres	97 m2
SERVICIOS GENERALES	1,460 m2
Control de Acceso	26 m2
Lockers Generales	16 m2
BAÑOS MUJERES	44 m2
Lockers Generales	
(2) Regaderas	
Toilets	
BAÑOSHOMBRES	44 m2
Lockers	
(2) Regaderas	
Toilets	
COCINA PPL	1,330 m2
Recep. De Alimentos	
Prep. De Alimentos	
Limpieza General	
Oficina Chef	
Alacena General	
Almacén General	
Cuarto de Refrigeración	
Bodega General	
Oficina Manager Piso	
Oficina Mantenimiento	
Recursos Humanos	
Oficina Sistemas	
Cuarto de Site	
Seguridad y Vigilancia	
Centro de Alarmas	
Corredor de Servicios Generales	
Bodegas de Apoyo	
Mesas de Apoyo	
TOTAL TECHADA	5,977 m2
COSTO PARAMÉTRICO	\$ 95,632,000.00
TECHADA ABIERTA	300 m2
TERRAZA SALON PRINCIPAL	700 m2
PORTAL	
Motor lobby	
Recepción	
Módulos de Registro Salones A & B	
Lobby Áreas Complementarias Privadas & Baños	
TOTAL TECHADA ABIERTA	1,000 m2
COSTO PARAMETRICO	\$ 7,000,000.00
PATIOS Y PLAZAS	
Patios de Eventos Grandes - 1,400 Personas	1,520.55
Patio de Eventos Chico - 140 Personas	162 m2
Espejo de Agua	143 m2
Jardín de serv. Y ventilación	82 m2
Glorieta de Acceso	610 m2
Jardín Ctos. Privados y Patio de Salas	43 m2
TOTAL PATIOS Y PLAZAS	2,559 m2
COSTO PARAMETRICO	\$ 11,515,500.00
VALIDAD, ESTACIONAMIENTO Y SERVICIOS	
VALIDAD Y ESTACIONAMIENTO	20,327 m2
Validad desde Carretera	2,850 m2
Validad Acceso Principal y Bahía	642 m2
Estacionamiento 8 Autobuses	1,500 m2
Mnusvalidos 7 Cajones	135 m2
Estacionamiento 458 Cajones	15,200 m2
PATIO DE SERVICIOS	1,950 m2
Acceso de Servicios	
Patio de Servicios	
Andén de Servicio	
Rampa de Servicios	
Aire Acondicionado	
Sub - estación Eléctrica	
Depósitos de Agua	
TOTAL VALIDAD, ESTACIONAMIENTO Y SE	22,277 m2
COSTO PARAMETRICO	\$ 41,212,450.00
JARDINERIA	
JARDINERIA PERIMETRAL A EDIFICACIÓN	6,600 m2
JARDINERIA SALÓN DE EVENTOS	215 m2
JARDINERIA ESTACIONAMIENTO	1,800 m2
TOTAL JARDINERIA	8,615 m2
COSTO PARAMETRICO	\$ 7,753,500.00
TOTAL PARAMETRICO	\$ 163,113,450.00
NO INCLUYE MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO	

Fuente: Elaboración Propia

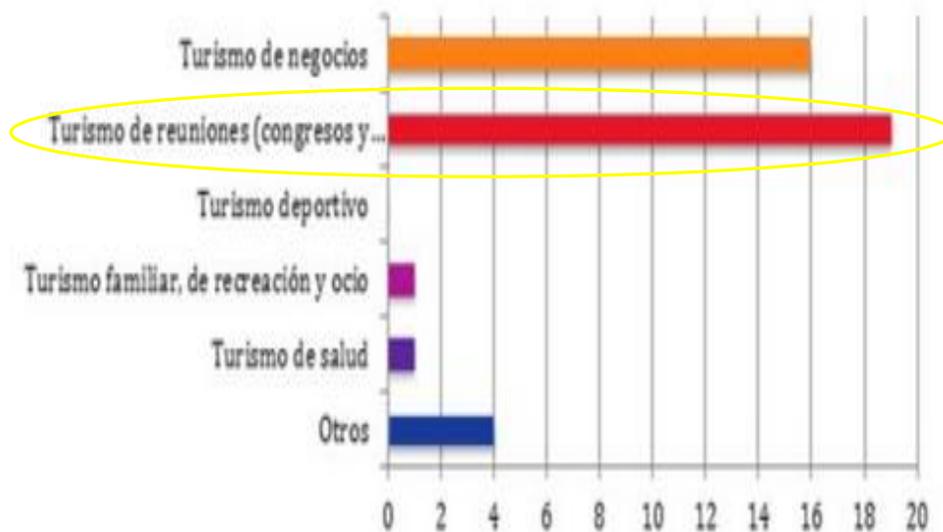
1. Análisis de viabilidad y prioridad de las propuestas:

Potencialidad de mercados

- **Tendencias del Mercado:**

De acuerdo al análisis prospectivo de la actividad turística en Hermosillo, Sonora, *Escenarios 2022*, (García, 2012), la tendencia turística de Hermosillo es:

Gráfico 3. ¿Cuál considera que será el principal nicho de mercado que estará atendiendo Hermosillo en los próximos años?



Fuente: García, F. 2012, Tesis: Análisis prospectivo de la actividad turística en Hermosillo, Sonora. Escenarios 2022. Universidad de Valencia.

Al fortalecer ésta actividad, a través de la oferta de destinos complementarios como Guaymas, se estarían creando condiciones favorables a las tendencias previstas por el mercado, con beneficios extensivos para la consolidación del segmento de turismo de reuniones y para detonar el desarrollo de turismo de negocios.

Accesibilidad del destino

La localización del bien inmueble, ubicado en un punto intermedio de las principales ciudades del Estado, genera ventajas estratégicas.

Infraestructura turística:

Tabla 7. Resumen de Infraestructura Turística de San Carlos, Nuevo Guaymas

Cantidad	Servicio
14	hoteles de distintas categorías
23	restaurantes – bar
5	líneas de autobuses
2	arrendadoras de automóviles
5	transportes para rentas particulares
20	renta de embarcaciones

Fuente: Elaboración Propia

Productos Turísticos

- Delfinario Sonora
- Cañón de las Barajitas
- Cerro Teta Kawi
- Playa los algodones
- Playa San Francisco
- Playa las Piedras Pintas
- Isla San Pedro Nolasco
- Estero del Soldado

Factibilidad Técnica.

Figura 7. Capacidad existente para la realización del bien inmueble.



Fuente: Elaboración Propia

Sostenibilidad

Diseño del Proyecto

El proyecto ejecutivo se diseñó bajo estrategias de mitigación ambiental, y para que de manera simultánea se pueda aprovechar la vista panorámica del lugar.

Construcción del proyecto:

Debido a la cercanía con las principales zonas urbanas del estado, San Carlos cuenta con el capital humano suficiente y capacitado para la realización del proyecto de construcción del inmueble.

Recursos financieros:

Inversión:	\$163,113,450.00
Financiamiento:	Gobierno Federal 100%
TIR:	23.4 %
VPN:	36,178,446.03
PR:	2.5

Impacto

✓ *Empleos:*

Creación de 300 empleos temporales durante su construcción

Creación de 25 empleos directos

✓ - *Personas beneficiadas con la realización del proyecto:*

Hombres: 558,832

Mujeres: 838,250

Capacidad de Gestión

Se pretende realizar este proyecto con recursos del Gobierno Federal, tomando en cuenta que la finalidad del mismo está orientada a beneficiar a la población en general, a través de generar una mayor derrama económica, tanto en San Carlos, como en Hermosillo.

La operación del inmueble se llevará por un equipo de profesionales, bajo la dirección y aprobación de un consejo de administración, integrado por agentes turísticos.

Este punto es medular para la concreción de los proyectos. De la gestión depende la formalización de los compromisos y el cumplimiento de las tareas por parte de los involucrados. La organización de los actores para la gestión de las iniciativas resulta vital, aunque los otros puntos citados indiquen la potencialidad de los proyectos.

FICHA CONCENTRADORA DE PRIORIZACIÓN DE LOS PROYECTOS DEL DESTINO:

Proyecto	Mercado	Factibilidad	Sostenibilidad	Impacto	Recursos Financieros	Gestión	Puntaje	Prioridad
Estrategia para Optimizar la Calidad en la Prestación de Servicio, a Través de La Capacitación y Certificación de Trabajadores del Sector Turístico de La Ciudad de Hermosillo, Sonora	<i>Alto</i>	<i>Alto</i>	<i>Alta</i>	<i>Medio</i>	<i>80% Federal 20 % privado Alto</i>	<i>Alto</i>	<i>28</i>	1
“Estrategia de Conexión e Información entre los Turistas Extranjeros y los Proveedores del Turismo de Salud en la ciudad de Hermosillo.”	<i>Alto</i>	<i>Baja</i>	<i>Alta</i>	<i>Alto</i>	<i>40 % Estatal 40% Federal 20 % privado Alto</i>	<i>Medio</i>	<i>24</i>	2
“Creación de un Observatorio Turístico para el Estado de Sonora, Primera Etapa”	<i>Alto</i>	<i>Medio</i>	<i>Alto</i>	<i>Medio</i>	<i>100% Federal Bajo</i>	<i>Medio</i>	<i>20</i>	3

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO HERMOSILLO

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE LA INVERSIÓN Miles \$
Estrategia para Optimizar la Calidad en la Prestación de Servicio, a Través de La Capacitación y Certificación de Trabajadores del Sector Turístico de La Ciudad de Hermosillo, Sonora	Profesionalizar a la planta laboral del sector turístico para hacer frente a las exigencias del mercado, a través el uso de estrategias de capacitación tripartita (Empresa, Escuela, Gobierno); y de la certificación las empresas.	Hermosillo	Los certificados emitidos por parte de la institución educativa a los trabajadores capacitados, y distintivo a empresas que inviertan en la profesionalización de su planta laboral, a cargo de la Comisión de Fomento al Turismo.	L o c a l	De acuerdo a la Oficina de Convenciones y Visitantes, Hermosillo tiene registrados 37 hoteles y 15 moteles dando un total de 52 establecimientos. Por otro lado, cuentan oferta gastronómica asciende a 68 restaurantes	Atiende a las necesidades expuesta por los principales agentes turísticos del sector. Combate el rezago en la incorporación de la tecnología en su forma de trabajo.	Adecuación y Equipamiento de la infraestructura de la UES Definición de los cursos a impartirse Definición de los lineamientos para la obtención del distintivo por personal capacitado	Profesionalización del 30% de la planta laboral del sector turístico de el municipio de Hermosillo para Diciembre 2016	Comisión de Fomento al Turismo Universidad Estatal de Sonora Agentes del Sector Turismo	10,000

<p>“Estrategia de Conexión e Información entre los Turistas Extranjeros y los Proveedores del Turismo de Salud en la ciudad de Hermosillo.”</p>	<p>Consolidar estrategias para promocionar y ofertar paquetes integrales a pacientes extranjeros, que permitan posicionar la marca “Hermosillo” dentro del turismo de salud.</p>	<p>Hermosillo</p>	<p>Circuitos Turísticos definidos . Campaña de promoción y concientización a cargo de la Comisión de Fomento al Turismo. Manejo de paquetes de turismo de salud en las agencias de viaje</p>	<p>E x t r a ñ e r o</p>	<p>Se cuenta con instituciones hospitalarias acreditadas por organizaciones médicas. 1 por la certificación JCI y 3 hospitales por SiNaCEAM. Lo que ayuda a garantizar un entorno seguro para el paciente extranjero.</p>	<p>falta de unificación del proveedor de servicios de salud y prestadores de servicio turístico para ofrecer una oferta integral al paciente extranjero. Falta de promoción turística e estrategias como el Sonora Hospitality</p>	<p>Habilitación de Infraestructura de turismo accesible en general Concientización de turismo accesible a prestadores de servicios, así como a la población en general Integración de circuitos de salud</p>	<p>Posicionamiento de la marca “Hermosillo” como destino salud a nivel internacional Creación de un cluster para impulsar el turismo de salud</p>	<p>Servicio de transportación ; sector salud; establecimientos de hospedaje; agencias de viaje y COFETUR</p>	<p>45,000</p>
<p>“Creación de un Observatorio Turístico para el Estado de Sonora, Primera Etapa”</p>	<p>Generar, concentrar y difundir la información turística del municipio de Hermosillo, a través de una plataforma amigable y actualizada</p>	<p>Hermosillo</p>	<p>plataforma web titulada “Observatorio Turístico” con el concentrado de la información turística municipal</p>	<p>L o c a l i z a c i o</p>	<p>Aunado a la información propia, el observatorio puede apoyarse en: El Instituto Nacional de Estadística Geografía</p>	<p>aversión del empresario a compartir sus números para fines estadísticos , por temor a que la información sea</p>	<p>Mapeo de los recursos turísticos de la ciudad Monitoreo de la demanda turística Desarrollo de una plataforma web con</p>	<p>UES, INEGI, COFETUR, Asociaciones del Sector Turístico</p>	<p>17,000</p>	

				n a i	(INEGI) La Secretaría de Turismo Instituciones Gubernamentales	utilizada para auditarlos o multarlos a través de otras dependencias	información oportuna para los prestadores de servicios.			
--	--	--	--	-------------	--	--	---	--	--	--

Destino: HERMOSILLO

Entidad Federativa: SONORA

Instrumento Jurídico	Fecha de			Tipo de Recomendación				Propuesta de Artículos Específicos	Línea Temática que aborda	Mecanismo de Elaboración	
	Publicación	Última Reforma	Proyecto de Iniciativa	Derogación	Abrogación	Reforma	Transitorios			Soc. Civil (IP)	Instancia del Poder Público
LEY QUE REGULA LA OPERACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA FABRICACIÓN, ENVASAMIENTO, DISTRIBUCIÓN, ALMACENAMIENTO, TRANSPORTACIÓN, VENTA Y CONSUMO DE BEBIDAS CON CONTENIDO ALCOHÓLICO EN EL ESTADO DE SONORA.		DECRETO 187; B. O. 11, sección V, de fecha 6 de agosto de 2012.				X		ARTÍCULO 28.-Las cantinas, centros nocturnos, centros de eventos o salones de bailes, restaurantes, hoteles o moteles, centros deportivos o recreativos y establecimientos que presten el servicio de sorteos y juegos con apuestas, podrán permanecer abiertos de lunes a domingo, de las 8:00 horas a las 04:00 horas del día siguiente.	Extensión del horario de venta y consumo de bebidas alcohólicas.		X
LEY DE HACIENDA DEL ESTADO		DECRETO No. 187; B. O. No. 11, SECCIÓN V, de fecha 6 de agosto de 2012.				X		ARTÍCULO 8.-La tasa del impuesto será del 2% sobre el valor de las contraprestaciones que los contribuyentes perciban por los servicios de hospedaje. Mismo que será enviado de forma íntegra a la Comisión de Fomento al	Aplicación del 2% del impuesto al servicio de hospedaje.		X

								Turismo para la promoción de este ramo de actividad.			
LEY DE TRÁNSITO DEL ESTADO DE SONORA		DECRETO No. 48, B. O. No. 42, sección I, de fecha 21 de noviembre de 2013.				X		ARTÍCULO 81.- Se prohíbe a toda persona conducir un vehículo bajo los efectos del alcohol en límites mayores a lo establecido por este artículo o bajo la acción de drogas o sustancias que disminuyan su aptitud para conducir, aun cuando por prescripción médica esté autorizada para usarlas. Se considera que una persona se encuentra limitada en su capacidad para conducir un vehículo, cuando tenga 0.80 de gramos de alcohol/litros de contenido alcohólico en su sangre o 0.080 gramos de	Grados de alcohol permitido.		X



								alcohol/ 210 litros de aire espirado, o las equivalencias de ambas medidas, o cuando así lo determine la práctica de un examen médico en el que se establezca la disminución o afectación de sus facultades psicomotoras, realizado por el médico competente quien podrá, para tal efecto, apoyarse en las herramientas de diagnóstico que considere necesarias.			
LEY DE DESARROLLO RURAL SUSTENTABLE DEL ESTADO DE SONORA	Ley 260, B. O. No. 23 sección IV, de fecha 17 de septiembre de 2009.					X		Artículo 30.- El Programa Especial, a efecto de fomentar acciones específicas que incidan y coadyuven al mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad rural y contribuyan de manera sustentable a la seguridad y la	Tipos de turismo alternativo.		X

								soberanía alimentaria, podrá contemplar los siguientes aspectos: XXXIV. Diseño de programas para promover actividades no agropecuarias como el turismo rural, ecoturismo y turismo de aventura.			
LEY DE DESARROLLO RURAL SUSTENTABLE DEL ESTADO DE SONORA	Ley 260, B. O. No. 23 sección IV, de fecha 17 de septiembre de 2009.					X		Artículo 74.- La política para la capacitación y asistencia rural integral, tendrá como propósito fundamental: X. Promover el conocimiento y valoración de las especies de fauna y flora que en el medio rural sonorense, sean susceptibles de ser explotadas como parte de las actividades cinegéticas y de turismo rural, ecoturismo y turismo de aventura; y	Tipos de turismo alternativo.		X

PREGUNTAS:

Dentro de una lista de seis, bajo un orden de prelación, señale Usted cuáles son los trámites prioritarios que en su opinión deben mejorarse a efecto de favorecer el proceso de inversión en el sector turístico:

1. **Permisos de caza para el desarrollo del turismo cinegético.**
2. **Otorgamiento de financiamiento a proyectos de turismo alternativo en zonas indígenas por parte de la CDI.**
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

Desde su punto de vista, cuáles son los tres principales estímulos que el Gobierno Federal/Estatal/Municipal debe promover para fomentar el desarrollo del sector turístico:

1. Diseño de un Plan Estratégico de Marketing Turístico para el estado de Sonora.
2. Mayores facilidades para el desarrollo y apertura de ranchos turísticos.
3. Mejorar el sistema carretero en todo el Estado.

Bibliografía

Enderson E.F, A. Quijada-Mascareñas, D. S. Turner, R. L. Bezy y P. C. Rosen. (2010). *Una sinopsis de la herpetofauna con comentarios sobre las prioridades en investigación y conservación*. En: Molina-Freaner, F y T. R. VanDevender eds. Diversidad biológica de Sonora. Universidad Autónoma de México.

Fimbres, M. A. (2009). *Gestión hotelera orientada a la protección del ambiente y su impacto en la imagen de la empresa. El caso de Hermosillo, Sonora, México*. Lima, Perú.: Universidad San Martín de Porres.

Felger, R. S. (2007). *Living Resources at the Center of the Sonoran Desert: Native American Plant and Animal Utilization*. En: R. S. Felger y B. Broyles, eds. Dry Borders: Great Natural Reserves of the Sonoran Desert. University of Utah Press, Salt Lake City, Utah.

Galán e Ibarra (2014). *Entrevista con Lic. Guadalupe Moreno Celaya*, Instituto Municipal de Cultura y Turismo, del H. Ayuntamiento de Hermosillo.

Galán, Ochoa y Montaña (2014). *Reflexiones sobre la relación entre promoción turística y los monumentos históricos, caso: "guaymas, sonora"*. San José, C.R. IBFR.

Gómez B.D. L. E. (2010 año 12-Septiembre). TURISMO ACCESIBLE EN EL SECTOR HOTELERO EN HERMOSILLO, SONORA. Hermosillo, Sonora, México.

GUÍA OFICIAL PARA VISITANTES Y RESIDENTES, Hermosillo & Bahía Kino. GUÍA Y ESTILO 2012

Kotler, P. (2011). *Marketing para turismo*. Madrid: Pearson

Lidón C., J.J. (1998). *Conceptos básicos de economía*. Valencia, España. Editorial Servicio de Publicaciones.

Martínez-Yrizar, A., R. S. Felger y A. Búrquez. (2010). *Los ecosistemas terrestres: un diverso capital natural*. En: Molina-Freaner, F y T. R. VanDevender eds. Diversidad biológica de Sonora. Universidad Autónoma de México.

TELMEX (2014). Consultado: <http://www.telmex.com/web/hogar/wifi-movil>

WIKIMEDIA COMMONS (2013). Consultado:
http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mexico_location_map.svg

Informe a Sonora (2013). Sonora Competitivo y Sustentable. Capítulo 4. Consultado:
<http://informe.sonora.gob.mx/2013/descargas/cap4-2013-Competitivo.pdf>

Página web consultada
Comisión de Fomento Económico del Ayuntamiento de Hermosillo en el sitio
<http://www.economiahermosillo.gob.mx/>

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable del Estado de Sonora 2010-2015.
www.slideshare.net/haazconsultor/plan-estatal-de-desarrollo-sonora-2010-2015-documentos-haaz

Plan Municipal de Desarrollo 2013-2015. Consultado:

<http://www.hermosillo.gob.mx/download.aspx?r=/transparencia%5Carchivos%5C tecnica%5C&file=PlanMunicipaldeDesarrollo2013-2015Hermosillo.pdf>

Primer informe de Gobierno 2012-2013. Consultado: <http://www.presidencia.gob.mx/informe/>

Quesada Castro, R. (2007). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: EUNED.

Secretaria de Turismo (2013). Consultado: <http://www.sectur.gob.mx/>

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Programa_de_Playas_Limpias

SEMARNAT. (2000). *Programa de Manejo Área de Protección de Flora y Fauna Islas del Golfo de California México*. México: Dirección Ejecutiva de Participación Social, Enlace y Comunicación, INE.

Stoleson, S H, R. S. Felger, G. Ceballos, C. Raish, M. F. Wilson y A Bú rquez. (2005). *Recent History of Natural Resource Use and Population Growth in Northern Mexico*. En J. L. E. Carton, G. Ceballos y R. S. Felger eds. *Biodiversity, Ecosystems and Conservation in Northern Mexico*-. Oxford

UNIDAD ESTATAL DE PROTECCIÓN CIVIL (2013). Consultado:

<http://www.proteccioncivil.sonora.gob.mx/index.php/marco-legal-estatal>

COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD ESTATAL DE SONORA
MTRO. SAMUEL ESPINOSA GUILLEN
Rector de la Universidad Estatal de Sonora

MG. BLANCA REYNA OLGUÍN NEGRETE
Directora General del Proyecto

Colaboradores

Académicos

Mtro. José Alonso Acosta Contreras

Lic. Luis Andrés Franco Garza,

Mtra. Aurora Galán Tautimes

Lic. José Ramiro Hernández Marín

Lic. Nora Margarita Ibarra Quevedo

Mtra. Elsa Isabel Montaña Martínez

Mtra. Reyna Isabel Ochoa Landín

Mtra. María Eugenia Trujillo

Alumnos/Egresados

Lic. Juan Pablo Benítez Pérez

C. Marco Armando Ramírez Preciado

C. Jesús Emmanuel Hernández Hernández

CONSULTORÍA: GRUPO EMPRESARIAL ESTRATEGIA

HÉCTOR FLORES SANTANA

Director General

Eduardo Camacho Ibar

Socio-Director

Armando Mújica Romo

Coordinador Técnico del Proyecto

Mary Cruz Cabrera Toledo

Secretaria Técnica del Proyecto

Equipo de Consultores

Vanessa Anaya Elizalde

Marnye Caldera Blanquet

Gabriela Cervera Hernández

Cristian Juárez Godínez

Luis Miguel Lugo Cuellar

Arturo Muñoz Canales

Martha Palacios Vera

Rodolfo Pérez Álvarez

Inocente Reyes Mejía

José Luis Romero Espejel

Sergio Valderrama Herrera

José Luis Zúñiga Vázquez

Rodrigo de la Rocha Félix

Emiliano González Lozada

Contacto:

www.gemes.com.mx

gemes@gemes.com.mx