2013

AGENDAS DE COMPETITIVIDAD
DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

TORREÓN
COAHUILA

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Gobierno de Coahuila

FONATUR
MÉXICO UN GRAN DESTINO

MÉXICO
Consejo de Promoción Turística

SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

AGENDA DE COMPETITIVIDAD

DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

TORREÓN, COAHUILA

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

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

DIRECTORIO

GOBIERNO DEL ESTADO DE COAHUILA

LIC. RUBÉN MOREIRA VALDEZ
Gobernador Constitucional del Estado de Coahuila

Luis Alfonso Rodríguez Garza
Secretario de Turismo del Estado de Coahuila

Universidad Autónoma de Coahuila

LIC. BLAS JOSÉ FLORES DÁVILA
Rector de la Universidad Autónoma de Coahuila

Ing. Jesús Rabindranath Galván Gil
Director General del Proyecto

Gobierno de Coahuila

SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

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

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 fín 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 reticencias 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 qué 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 acerquen 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.

ÍNDICE

		Pág.
INTRODUCCIÓN		3
RESUMEN EJECUTIVO		6
OBJETIVOS DEL ESTUDIO		29
I.	**DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**	**32**
1.	**COMPETITIVIDAD DEL DESTINO**	**32**
1.1	Perfil socioeconómico del municipio	32
1.2.	Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos	76
1.3	Evaluación cuantitativa y cualitativa de la oferta de hospedaje	81
1.4	Especificación de la oferta complementaria	82
1.5	Factor humano (formación y certificación)	87
1.6	Marco institucional, normativo y asociativo	88
1.7	Accesibilidad y movilidad	89
1.8	Infraestructuras básicas	90
1.9.	Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano)	91
1.10.	Identificación de áreas sensibles de protección ambiental y paisajística	93
1.11	Mercados (actuales y potenciales)	93
1.12.	Promoción y comunicación	94
1.13.	Comercialización	95
1.14.	Identificación y análisis de las TIC´S disponibles y utilizadas en el destino	96
2.	**FODA**	**98**
2.1	FODA General	99
2.2	Oferta turística	101
2.3	Democratización de la productividad turística	102
2.4	Sustentabilidad turística	104
2.5	Formación y certificación	105
2.6	Accesibilidad e infraestructura (instalaciones y servicios)	106
2.7	Seguridad patrimonial y física	108
2.8	Promoción y Comercialización	109
2.9	Gestión del destino	110
2.10	Técnicas e instrumentos de comunicación e información turística	112
3.	**PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA POR FACTOR DE COMPETITIVIDAD**	**114**
3.1	Oferta turística	114
3.2	Democratización de la productividad turística	149
3.3	Sustentabilidad turística	159
3.4	Formación y certificación	177
3.5	Accesibilidad e infraestructura (instalaciones y servicios)	184

3.6 Seguridad patrimonial y física…… 191
3.7 Promoción y Comercialización…… 198
3.8 Gestión del destino…….. 204
3.9 TICs e información turística…….. 213
3.10 Fichas descriptivas…… 218

II. AGENDA DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO…….. 232
1. Alineamiento de la Política Turística…… 234
2. Objetivos, estrategias y líneas de acción…… 244
3. Matriz de Compromisos……..…… 277
4. Matriz de Proyectos…… 288

Glosario…….. 291
Bibliografía …….. 294
Índice de ilustraciones, tablas y gráficos …….. 296
Anexos …….. 299

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene por sus características particulares, desarrollar una Agenda de Competitividad de los Destinos Turísticos de México específicamente en el municipio de Torreón, Coahuila, aprovechando sus potencialidades y características naturales, infraestructura y capital humano para el desarrollo turístico de este municipio que permita ubicarlo en el corto plazo como un destino altamente competitivo en el sector turismo estatal y nacional.

Conscientes de la importancia del turismo, el Gobierno del Estado de Coahuila ha invertido importantes recursos para impulsar y fortalecer sus destinos y productos con el fin de diversificar su oferta turística y posicionarse como uno de los mejores destinos turísticos de la frontera norte.

En este sentido, el Municipio de Torreón, Estado de Coahuila, es una unidad administrativa importante en la entidad que requiere de diversas acciones encaminadas a fortalecer y diversificar sus ingresos y sus actividades ocupacionales, así como sus atractivos turísticos actuales y a futuro. Con una planeación y gestión que busca articular las diversas políticas y esfuerzos públicos, sociales y privados bajo un enfoque integral y de largo plazo, que permita aprovechar la riqueza turística de esta región para captar nuevos segmentos de mercado, con beneficios tangibles para la población residente, particularmente la más desfavorecida y elevar su competitividad.

Es importante mencionar que la Organización Mundial del Turismo (OMT), como agencia especializada de las Naciones Unidas, y en línea con los principios expresados en los Objetivos del Milenio, está abogando por el turismo como un importante instrumento para contribuir a la erradicación de la pobreza y, por tanto, uno de sus objetivos es ayudar a sus Estados miembros a utilizar el turismo como vehículo de desarrollo económico y social sostenible.
El Departamento de Educación y Formación de la Organización Mundial del Turismo–OMT es el responsable de definir las políticas en materia de Educación y Formación de esta institución, así como, implementar el programa de trabajo que la OMT brinda en este campo a los Estados Miembros.

Este departamento inició una nueva etapa a principios de 2008, fortaleciendo los programas existentes en esta materia en la OMT y poniendo en marcha otras iniciativas para garantizar una ayuda efectiva a los Estados Miembros de la OMT en materia de Educación y Formación. Este departamento se encuentra ubicado en la sede central de la OMT en Madrid.

El proceso de elaboración de esta Agenda de Competitividad de los Destinos Turísticos incluye diversas actividades como: recopilación de información oficial, viajes técnicos a la zona de estudio, realización de entrevistas a funcionarios de los tres órdenes de gobierno, encuestas a los visitantes para determinar su perfil, así como la realización de talleres de planeación participativos con los diferentes representantes del sector económico que desarrollan actividades turísticas.

Para realizar el presente estudio se tomaron en cuenta dos grandes apartados que dan lugar a la información que se menciona El Diagnostico Situacional y la Agenda de Competitividad del Destino Turístico.

RESUMEN EJECUTIVO

RESUMEN EJECUTIVO

I.- Presentación

Torreón es uno de los municipios más importantes y competitivo del país, es sede de importantes empresas de la industria metalúrgica, Láctea, textil, entre otras, así mismo cuenta con una fuerte presencia geográfica, riqueza en recursos naturales e históricos así como culturales que han permitido que la entidad destaque como fuente de desarrollo.

Para dar cumplimiento a la Estrategia 4.11.2. del Plan Nacional de Desarrollo 2103-2018 “Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico”, en la Línea de Acción “Desarrollar agendas de competitividad por destinos”, el Gobierno Federal, a solicitud del Gobierno del Estado de Coahuila y del Municipio, incluyó a Torreón en éste Programa nacional, con el objeto de posicionarlo como una de los principales plazas turísticas del norte del país.

La Agenda que se presenta, es un instrumento analítico con alto perfil de contenido, que diagnóstica la situación que guarda el Municipio, por lo que deberá considerarse como uno de los documentos rectores de planeación y gestión que articule las políticas y esfuerzos públicos, sociales y privados bajo un enfoque integral de sustentabilidad, que permita aprovechar la riqueza turística de esta región para fortalecer los segmentos de mercado actuales y captar nuevos que atraigan beneficios tangibles para la población residente.

Bajo el principio de planeación participativa y con el consenso de los principales actores locales sobre la problemática y las prioridades a seguir, sustenta programas, planes y acciones con una base sólida para promover un desarrollo turístico sustentable, así mismo, es un instrumento fundamental para el control y contraste entre los destinos del país, orientado a conocer su comportamiento y relación de competitividad, respecto a los otros considerados en éste Programa Nacional.

El proceso de elaboración del Programa incluyó diversas actividades como: recopilación de información oficial, viajes técnicos a la zona de estudio, entrevistas a funcionarios de los tres órdenes de gobierno, encuestas a visitantes, para determinar su perfil, así como la realización de talleres de planeación estratégica.

Durante la elaboración de la agenda de competitividad, se contó con la valiosa y activa participación de representantes del Gobierno Federal, Estatal y

Municipal, así como diversos actores, entre los que estuvieron: prestadores de servicios turísticos, cámaras, inversionistas e instituciones académicas. A todos los participantes expresamos nuestro agradecimiento por su valiosa colaboración.

El Plan de Estrategia para la Agenda de Competitividad del Municipio de Torreón Coahuila, se llevó a cabo mediante una planeación participativa, bajo la coordinación de la Secretaría de Turismo en lo general y del Gobierno Estatal y Municipal en lo particular, con la participación de la Universidad Autónoma de Coahuila, institución de alto prestigio por su calidad y cobertura educativa, con un enfoque metodológico que consta de cuatro fases:

a) Diagnóstico, elaborado a partir de informaciones recabadas mediante técnicas de investigación documental y de campo, como entrevistas talleres de interacción y visitas a instituciones públicas y privadas.

b) A partir de una metodología elaborada exprofeso para este caso. Como complemento al diagnóstico se efectuaron Talleres de Planeación Participativa en Torreón, incluidos en este estudio.

c) Elaboración de una propuesta metodológica respecto a un modelo de desarrollo turístico que responde a las características del entorno encontradas en el Diagnóstico para el destino de la Agenda de Competitividad de Torreón, a partir del cual, se identificaron y definieron las mejores oportunidades de desarrollo turístico considerando los segmentos/productos más adecuados para ello, con base a las potencialidades y características específicas del destino y su zona de influencia (Matamoros, Francisco I Madero y Viesca Pueblo Mágico), además de los mercados geográficos identificados.

d) Finalmente, de manera general, se sugiere para ésta Agenda, desarrollar los proyectos que mejor respondan a su situación actual para avanzar en la competitividad turística; y de una forma específica, cómo se debe ajustar cada uno de los objetivos a las necesidades del destino.

Para la fase de investigación documental del diagnóstico, se investigaron y analizaron fuentes oficiales y privadas, las cuales se describen en el apartado del glosario del documento.

En el caso de la investigación de campo, para alcanzar los objetivos específicos del estudio, se aplicaron técnicas de investigación primaria tales como entrevistas y observación, cuyo objetivo primordial fue el de corroborar la información recabada durante la etapa de investigación documental y, por otra

parte, complementar los datos, sobre todo aquellos relacionados con el comportamiento de los distintos elementos que conforman el sistema turístico del municipio.

Un elemento diferenciador de la metodología empleada, lo constituyeron los 9 Talleres de Planeación Participativa referentes a cada factor de competitividad; ejercicios de intercambio de conocimientos y experiencias conducidos a partir de una propuesta diseñada de manera específica para esta ocasión. A los talleres acudieron representantes de los diversos sectores que conforman la actividad turística.

Con base a estos elementos, se elaboró un diagnóstico integral, a partir del cual se diseñaron las propuestas de un modelo de desarrollo turístico de la zona de estudio, conformado por las diferentes realidades encontradas en el destino, donde su diversificación, conforma la principal fortaleza de la región en su conjunto.

Este modelo parte de la identificación que los actores turísticos de Torreón, tienen para la actividad turística hacia el año 2017, año marcado como horizonte de la planificación, señalando para este fin, el posicionamiento que muestra el destino en la actualidad y el que se espera obtener con la aplicación de la Agenda de Competitividad de Torreón, Coahuila.

Finalmente, el estudio arroja la necesidad de actuar en las áreas estratégicas, cuyo cumplimiento permitirá lograr los objetivos, estrategias y líneas de acción que permitan alcanzar las condiciones descritas en la Agenda, en el período 2014 - 2017.

Los temas de actuación considerados, son los siguientes:

- Diagnóstico Situacional
- Competitividad del Destino.
- Perfil Socioeconómico.
- Identificación y Análisis del potencial de los recursos turísticos.
- Evaluación cualitativa y cuantitativa de la oferta de hospedaje del destino.
- Especificación de la oferta complementaria.
- Factor Humano.
- Marco Institucional, normativo y asociativo.
- Accesibilidad y movilidad.
- Infraestructura Básica.
- Protección del Territorio y del paisaje.

- Identificación de áreas sensibles.
- Mercados (actuales y potenciales).
- Promoción y comunicación.
- Comercialización.
- Identificación y análisis de los TIC's.

Análisis FODA y problemática identificada por factor.

- Oferta Turística
- Democratización de la productividad turística
- Sustentabilidad Turística
- Formación y Certificación
- Accesibilidad e Infraestructura (instalaciones y servicios).
- Seguridad Patrimonial y Física.
- Promoción y Comercialización.
- Gestión del Destino.
- TIC's e información turística.

Agenda de Competitividad del Destino

En esta se contemplan los siguientes apartados:

- Alineamiento al Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, Programa Sectorial de Turismo 2013-2018.
- Alineamiento al Plan Estatal de Desarrollo 2011-2017, Programa Estatal de Turismo 2013-2017.
- Alineamiento al Plan Municipal de Desarrollo 2010-2013
- Objetivos, estrategias y líneas de acción.
- Matriz de Compromisos.
- Matriz de Proyectos.

Una vez conformada la Agenda e identificados los campos de acción prioritarios, la siguiente fase consistió en:

- La elaboración de los Entregables Adicionales, entre los cuales se encuentran:
    - El Portafolio de Compromisos y la cartera de Proyectos detallados para trabajar de manera sistemática en mejorar las condiciones generales y específicas de los productos turísticos

- El Desarrollo del Producto Turístico; el Fortalecimiento del Factor Humano, área que abarca los aspectos de formación, capacitación y cultura turística.

- El Mejoramiento de las Condiciones Generales en el destino, que comprende aspectos como imagen urbana, señalización turística y servicios de asistencia al turismo; mercado, difusión y comercialización, referidos a propuestas concretas de posicionamiento, estrategias y acciones de comunicación hacia diversos públicos de interés.

- Finalmente, una propuesta para fortalecer la organización institucional en los tres niveles de gobierno para la gestión turística municipal, que permita el seguimiento puntual de las propuestas presentadas para fortalecer la competitividad de sus atractivos y explotarlos en su máxima capacidad.

- La identificación y priorización de los campos de acción son el resultado por una parte, de las propias necesidades y requerimientos que plantea la Agenda de Competitividad Turística, Torreón y por la otra, de la valoración que han realizado los propios protagonistas de la actividad turística del destino.

II.- Bases jurídicas que sustentan la Agenda de Competitividad de Torreón

En el ámbito federal este programa se sustenta en los artículos 25, 26, 27, 73 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; en los artículos 2,3 y 33 de la Ley de Planeación; en los artículos 3,6, 12, 19,28, 48 de la Ley General de Asentamientos Humanos; en los artículos 32 y 36 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; en los artículos 1, 17, y 23 de la Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección del Ambiente; en la Ley General de Vida Silvestre; en los artículos 4,9 y 44 de la Ley General de Turismo; en los artículos 2 y 7 de la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas; en el artículo 113 de la Ley de Aguas Nacionales.

En el ámbito estatal este programa se fundamenta en los artículos 82, 158-E, 158-U, de la Constitución Política del Estado de Coahuila de Zaragoza; en los artículos 1, 2, 20, 24, 25, 28, 35, 37 de la Ley del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente del Estado de Coahuila; en los artículos 2, 24, 37, 47 y 179 de la Ley de Asentamientos Humanos y Desarrollo Urbano del Estado de

Coahuila de Zaragoza; en los artículos 4, 5, 6, 11, 30 y 31 de la Ley de Planeación del Estado de Coahuila de Zaragoza; en los artículos 2, 9, 16, 19, 21, 22 y 23 de la Ley de Turismo para el Estado de Coahuila de Zaragoza; en los artículos 27, 38, 39, 41,42, 46, 50, 51,52, 53, 56, 74, 76 y 79 de la Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Coahuila; en los artículos 6, 32, 34, de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila.

En el ámbito municipal constituyen bases de este programa el artículo 86, del Reglamento de Asentamientos Humanos, Desarrollo Urbano y Construcciones para el Municipio de Torreón; los artículos 18, 22, 31, 32, 33, 34, 35, 36 y 37 del Reglamento de Protección y Conservación del Conjunto Histórico y Patrimonio Construido del Municipio de Torreón, Coahuila; los artículos 1, 4, 7, 25, 59 y 60 del Reglamento de la Reserva Ecológica Municipal “Sierra y Cañón de Jimulco”.

III.- Diagnóstico Situacional

Localización.- El municipio de Torreón se localiza en la región laguna de Coahuila. Limita al norte y al este con el municipio de Matamoros; al sur y al oeste con el estado de Durango. Se localiza a una distancia aproximada de 265 kilómetros de la capital del estado. Cuenta con una superficie de 1,947.70 kilómetros cuadrados, que representan el 1.29% del total de la superficie del estado.

Población.- La Ciudad de Torreón presenta una dinámica demográfica creciente, puesto que en los últimos diez años muestra una tasa de crecimiento de 1.5 por ciento entre 2000-2005 y a 2.0 por ciento entre 2005 y 2010. Torreón ha tendido a conservar su participación en la población total estatal de 27.9 a 28.0 por ciento entre los años 1970 a 2010.

La distribución de la PEA (Población Económicamente Activa) está directamente relacionada con la concentración de las actividades económicas y de la población; concentra el mayor volumen de la PEA (261,805 personas) acorde con su población y las actividades económicas que se desarrollan en esta ciudad, asimismo, la tasa de participación económica de los varones supera con mucho la participación femenina.

Esta tendencia indica que Torreón es el municipio más urbanizado de la región laguna, en el cual siete de cada diez personas activas se concentran en el sector terciario (comercio y servicios), cifra por arriba de los promedios estatal y regional. En contraste, el sector primario tiene una menor capacidad de generación de empleo que en la entidad, región y los municipios.

La ciudad de Torreón se encuentra en un punto estratégico entre el norte y el centro del país, se puede arribar por vía aérea, terrestre y ferroviaria. Cuenta con el Aeropuerto Internacional de Torreón “Francisco Sarabia” actualmente registra 15 salidas nacionales y dos salidas internacionales diarias.

La zona de estudio se comunica de oriente a poniente por la Carretera Federal número 40 Reynosa – Monterrey – Saltillo – Matamoros – Torreón – Mazatlán y su continuación por la Carretera número 49 México – Ciudad Juárez, además de la autopista de cuota Torreón – Saltillo; en el sentido norte – sur, la zona cuenta con la carretera federal número 30, que comunica a las ciudades de Torreón - San Pedro – Cuatro Ciénegas – Monclova; asimismo, se encuentran diversas carreteras pavimentadas estatales y municipales, terracerías y brechas, que permiten el acceso a la mayoría de las localidades urbanas y rurales de la región.

Vialidad

En cuanto a la calidad de la vialidad en la zona de estudio, aunque se cuenta con un promedio del 75 al 80 % de vías pavimentadas, las características de estas aún son deficientes, lo que se traduce en fuertes rezagos en el aspecto de movilidad para las localidades que comprende la zona.

Los principales conflictos viales, se derivan de la complicada conformación que presentan las trazas urbanas y se complementa con la falta de un sistema estructurado de vialidad y trasporte.

Se presenta una creciente saturación de vialidades, en primer término derivado de la movilidad de la población al interior de la ciudad y en segundo, por ser un paso constante de la población que va hacia Saltillo y hacia las localidades importantes del municipio de Durango, como Gómez Palacio y Ciudad Lerdo.

Transporte.

Existen 5 líneas de taxis que comunican a la población en su interior, tales como Mandarinas, Eco-rápidos, Radiocomunicación Monarca y Rapiditos Bip, Bipo; por medio de autobús, el traslado se realiza en los autobuses urbanos Coyote, Autobuses Torreón – Matamoros, y en los autobuses propiedad del gobierno con rutas diversas a Campo Alianza, Ciudad Nazas, San Joaquín, Dalias, Jacarandas, entre otros, y los famosos Torreón – Gómez - Lerdo y Torreón – Matamoros.

Imagen Urbana

Torreón es una ciudad que en su imagen urbana presenta los vestigios de sus orígenes como ciudad industrial, aunque antes de ello la conformación del núcleo de población se dio gracias a la actividad agrícola, que tuvo como principal cultivo el algodón conocido como “oro blanco”. Posteriormente, sería la industria la que se convertiría en el motor impulsor de la economía, destacando la Empresa Peñoles, procesadora de plata, en conjunto con la industria de lácteos “Lala”.

Así mismo, Torreón es un asentamiento relativamente nuevo en comparación con otras áreas urbanas del interior del país, fundada en 1893, con poco más de 100 años de formación, por lo cual las características arquitectónicas predominantes en la zona se inclinan a la arquitectura moderna, mientras que las localidades de los alrededores en contraste, presentan características de arquitectura vernácula propia de la región y algunos vestigios sobresalientes de viejas haciendas y templos.

Respecto a los elementos que integran la imagen urbana, se puede señalar lo siguiente: Trazas, Sendas, Nodos, Bordes, Barrios, Hitos, entre otros.

Elementos de referencia

Entre otros elementos que destacan en el contexto de la localidad se pueden mencionar: la Alameda Zaragoza donde se ubica el Edificio de la Biblioteca Municipal, el Bosque Venustiano Carranza y el Parque Urbano de las Etnias. Los dos primeros se caracterizan por presentar en su interior instalaciones diversas y contrastantes entre sí, arquitectónicamente hablando.

En el municipio de Torreón y su zona de influencia, la cual refiere a los municipios de Viesca, Matamoros y Francisco I. Madero; existen áreas culturales y naturales aprovechadas para el desarrollo de la actividad turística.

Ilustración 1. Mapa de la zona de influencia

Ciudad	Km
Matamoros	27.00
Viesca	73.80
Francisco I. Madero	32.00

Actualmente mantiene un importante acervo de atractivos culturales y naturales, los cuales de manera independiente o bien integrada a un circuito, ruta y/o recorrido, han impulsado la actividad turística de la región.

Entre los atractivos culturales y recreativos destacados podemos mencionar los siguientes: Complejo Turístico Religioso “Cristo de las Noas”, Casa Histórica Arocena, Canal de la Perla, Teatro Isauro Martínez, Catedral del Carmen, Bosque Venustiano Carranza, Sierra y Cañón de Jimulco, entre otros.

Áreas Naturales Protegidas.

La Reserva Ecológica Municipal Sierra y Cañón de Jimulco, se ubica en municipio de Torreón, establecida por acuerdo del Cabildo Municipal el 27 de junio de 2003. Esta Área Natural Protegida, comprende el 44% del territorio municipal lo que la convierte en la mayor superficie protegida a nivel nacional.

Por sus características se enlaza con la figura de área de protección de flora y fauna de la Comisión Nacional de Biodiversidad (CONABIO). Puesto que en ella se encuentran especies vegetales como la noa (*Agave victoriaer-reginae*); la biznaga-palmilla de San Pedro *(Leuchtenbergia principis*); el maguey de parras (*Agave parrasana*) y la reina de la noche (*Peniocereus greggii*) entre las especies con estatus identificado.

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

Torreón registra una ocupación hotelera promedio entre el 60% y 77% en los hoteles ubicados en el bulevar Independencia, Periférico Raúl López Sánchez, Revolución, Zona Centro y Paseo la Rosita, en cuanto a la afluencia de turistas y gente local en restaurantes, es superior al 60 por ciento en general y para la Zona Dorada, que la conforman, la calle Cobián, Independencia y Senderos, permanecen al 80 por ciento en las noches, según números de la CANIRAC, en poder de la Dirección de Turismo Municipal.

Torreón posee el 14.8% de los establecimientos a nivel estatal y el 28.1% de los cuartos, equivalente a 3,063 cuartos. El número de hoteles por categorías se describe de la siguiente manera:

- Hoteles de 5 estrellas : 6
- Hoteles de 4 estrellas: 11
- Hoteles de 3 estrellas: 14

El gasto de los turistas, de acuerdo a la información de los propios hoteles tiene un promedio de acuerdo a su estadía de la siguiente manera:

- Un día $1,200 pesos por motivo de negocios.
- Cuatro a cinco días por motivos de placer de $4,000 pesos.

Oferta gastronómica.

Torreón cuenta con una gran diversidad de platillos que muestran la riqueza gastronómica de la cocina coahuilense. Actualmente, según datos proporcionados por la CANIRAC, se cuenta con 103 establecimientos.

Sin duda alguna, la principal especialidad en esta ciudad son los platillos típicos norteños, elaborados a base de finos cortes ya sean de res, ternera y/o cabrito. Algunos de los restaurantes que se caracterizan en este tipo de platillos son: La Garufa, El Steak Palenque, La Majada y el Rincón del Bife, por mencionar algunos

Agencias de viajes receptivas.

En el municipio de Torreón existen 30 agencias de viajes, la mayor parte es de estilo minorista y únicamente dos en clasificación de operadora. Es importante mencionar que dichos establecimientos no se dedican específicamente a la venta del destino de Torreón, por el contrario ofrecen viajes desde el Municipio antes mencionado hacia otros destinos.

Oficinas de información.

Entre las instaladas en el destino, se encuentran las siguientes: Dirección de Turismo Municipal a través de los módulos de información ubicados en los principales puntos de la ciudad como el Centro Histórico, Central de Autobuses, museos, etc. reparten al turista en trípticos la información histórica y cultural con la que cuenta la ciudad.

Servicio de Transporte turístico.

El servicio de transporte turístico es proporcionado por los diferentes prestadores de servicios del municipio de Torreón, entre los que se encuentran: hoteles, líneas de taxis, renta de unidades de transporte público foráneo y otras las líneas de autobuses comerciales.

Oferta comercial susceptible de interés turístico.

Torreón cuenta con seis plazas y centros comerciales, los cuales mantienen una alta concurrencia, tanto por los habitantes como por los visitantes. Dichos establecimientos ofrecen una diversidad de instalaciones y servicios que brindan la oportunidad al cliente de complementar su experiencia en el destino.

Factor Humano (Formación y Certificación).

El nivel de escolaridad en Torreón tiene indicadores superiores a los registrados a nivel estatal y nacional, y niveles de deserción menores al promedio nacional. Cuenta con muy poco calificado en el rublo turístico.

IV.- Agenda de Competitividad del Destino Torreón (ACDT).

La ACDT se alinea a los documentos rectores de la política Nacional, Estatal y Municipal planteada en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, Plan Estatal de Desarrollo 2011-2017, Programa Estatal de Turismo 2011-2017 y del Plan de Desarrollo Municipal 2010-2013,.

En el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 en su Objetivo 4.11. *"Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país*" y en su Estrategia 4.11.2. *"Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico"*, una de sus líneas de acción es *"Desarrollar agendas de competitividad por destinos",* de ésta, se deriva la Agenda de Competitividad de los Destinos Turísticos de México, Programa en el que se encuentra incluido Torreón.

El Gobierno del Estado de Coahuila en el Plan Estatal de Desarrollo 2011-2017, ha dado prioridad al turismo para impulsar el desarrollo económico y la generación de empleos dignos, por ello en el Objetivo 2.6 *"Aprovechamiento del potencial turístico. Desarrollar el potencial turístico de Coahuila para posicionarlo como uno de los destinos más importantes del norte del país.",* derivan estrategias orientadas a impulsar la competitividad y diversificación de la oferta turística mediante el aprovechamiento racional de los recursos naturales y culturales con que cuenta la Entidad, en estrecha participación interinstitucional del sector privado.

Por su parte el Plan de Desarrollo Municipal 2010-2013, establece en sus Ejes: Torreón requiere construirse incluyente, Torreón requiere construirse competitivo, Torreón requiere construirse sustentable, Torreón requiere construirse gobernable.

Torreón es la segunda Ciudad más grande en población en el Estado con una economía muy dinámica, no obstante que la industria del turismo se ha mantenido como una actividad subordinada y de bajo perfil, el reto es ahora lograr que se consolide efectivamente como una prioridad Municipal, por lo que habrá que definir un rumbo claro con visión de largo alcance y sobre todo formalizar una política turística integral e incluyente.

En los Factores de Competitividad, se delinea los objetivos, estrategias y acciones que orientarán los programas de trabajo del corto y mediano plazo a desarrollar en forma interinstitucional y lograr que el Turismo tome una posición clave para el desarrollo económico del Municipio y del Estado:

Factores de Competitividad Turística, Objetivos y Estrategias

1.- Oferta Turística

Objetivo 1.- Consolidar y ampliar la oferta turística existente y crear nueva.

Estrategia 1.- Fomentar la Inversión en el Sector.
Estrategia 2.- Identificar e integrar esquemas de financiamiento para el Sector.

Objetivo 2.- Impulsar la infraestructura de servicios turísticos y de apoyo a la competitividad turística.

Estrategia 1.- Gestionar la infraestructura ante las instancias de Gobierno, sector privado y asociaciones.

Objetivo 3.- Desarrollar productos y circuitos turísticos competitivos.

Estrategia 1.- Desarrollo de productos y circuitos para segmentos específicos.
Estrategia 2.- Impulsar el turismo de naturaleza.
Estrategia 3.- Impulsar el turismo cultural y social.
Estrategia 4.- Impulsar el turismo de salud.
Estrategia 5.- Impulsar el turismo de negocios.
Estrategia 6.- Impulsar el turismo deportivo.

2.- Democratización de la productividad turística

Objetivo 1.- Promover el uso y asignación eficiente de los factores que impulsan la productividad en las empresas turísticas del destino.

Estrategia 1.- Fortalecer el funcionamiento de los instrumentos de inversión para impulsar la creación de empleos formales y bien remunerados derivados del turismo.
Estrategia 2.- Promover el manejo eficiente y sustentable del capital natural y reforzar el cuidado del medio ambiente asegurando su preservación.

Objetivo 2.- Fortalecer el ambiente de negocios en el que operan las empresas y los productores dedicados al sector turístico.

Estrategia 1.- Mantener la estabilidad de la economía y finanza regional con el fin de generar un marco de certidumbre para los agentes económicos.
Estrategia.2.- Promover que las acciones de gobierno consoliden un ambiente de negocios propicio para la creación y crecimiento de empresas formales

3.- Sustentabilidad Turística

Objetivo 1.- Apoyar el desarrollo turístico regional y municipal.

Estrategia 1.- Fortalecer los programas regionales de desarrollo turístico.

Estrategia 2.- Coordinación de acciones entre los Tres Órdenes de Gobierno

Objetivo 2.- Preservar el Medio Ambiente y los Recursos Naturales.

Estrategia 1.- Disponibilidad y consumo de agua.
Estrategia 2.- Generación de basura y disposición de residuos sólidos
Estrategia 3.- Cuidado de la calidad del aire
Estrategia 4.- Aprovechamiento racionalmente la energía eléctrica y uso de energías alternativas

Objetivo 3.- Entorno Socioeconómico.

Estrategia 1.- Medir el impacto de los beneficios económicos del turismo en la localidad y área de influencia
Estrategia 2.- Impacto social positivo del turismo, control del ambulantaje y mejoramiento de la percepción de seguridad en el destino.

Objetivo 4.- Desarrollar un turismo sustentable.

Estrategia 1.- Impulsar la satisfacción del Turista, derrama económica y patrón de comportamiento del viaje
Estrategia 2.- Incrementar la oferta turística a través de acciones de mejora continua para los servicios y atractivos turísticos, y creación de nuevos

Objetivo 5.- Planear un desarrollo urbano municipal sustentable.

Estrategia 1.- Desarrollar una pplaneación urbana y ambiental sustentable.
Estrategia 2.- Planear el desarrollo urbano integral de las manchas urbanas de las localidades del Municipio.

4.- Formación y Certificación

Objetivo 1: Fortalecer la modernización de las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYMES) turísticas.

Estrategia 1.- Implantar programas para la mejora y certificación de las MPYMES turísticas.

Objetivo 2: Establecer programas de capacitación técnica y empresarial para los prestadores de servicios turísticos.

Estrategia 1.- Fomentar programas para mantener la competitividad de las personas y empresas relacionadas con el sector turismo.

Objetivo 3: Fomentar el uso de tecnología alternativa entre los empresarios locales.

Estrategia 1.- Promover la inversión en proyectos de alta tecnología e industria limpia con programas e incentivos reconociendo esto como parte de su compromiso con los esquemas de desarrollo sustentable.

Objetivo 4: Modernizar e impulsar la promoción de las MPYMES turísticas.

Estrategia 1.- Impulsar la promoción de la MPYMES turísticas para incrementar el número y categoría de los turistas, de tal manera que se contribuya a elevar los ingresos y la rentabilidad.

Objetivo 5: Facilitar el acceso de las MPYMES a esquemas de financiamiento.

Estrategia 1.- Identificar instrumentos de financiamiento dirigidos hacia la capacitación y asesoría, los cuales estén fuertemente desarrollados por el sector federal.

5.- Accesibilidad e Infraestructura (instalaciones y servicios).

Objetivo 1.- Consolidarse como el municipio del estado con mayor oferta en traslados aéreos, mejorar el sistema de transportación pública terrestre y difundir apropiadamente entre la población local, nacional e internacional, la calidad de nuestra infraestructura terrestre y aérea.

Estrategia 1.- Ofertar mayor cantidad de vuelos a destinos populares buscados desde la ciudad de Torreón y que deben ser alcanzados mediante escalas en otros aeropuertos nacionales o internacionales.
Estrategia 2.- Incluir en los programas de difusión de información turística, información adicional sobre la infraestructura terrestre y aérea de la región que facilita el acceso a la misma.
Estrategia 3.- Promover mejores servicios de transporte público en la integración, conectividad y movilidad eficiente en el traslado de personas, procurando que el traslado de personas sea seguro, con calidad y calidez, satisfaciendo la movilidad ciudadana.

Objetivo 2.- Contar con información suficiente y con la apropiada difusión de la misma para provocar la curiosidad de turistas y población local de modo que se interesen en conocer los destinos y atractivos turísticos que la ciudad tiene para ofrecer.

Estrategia 1.- Apoyar los programas de difusión de información turística con los que se cuenta actualmente y generar nuevos programas que incentiven la curiosidad de la población para visitar los puntos turísticos de la localidad.
Estrategia 2.- Crear una imagen de contenidos de información turística que sea atractiva para la población en general.

Objetivo 3.- Mejorar y difundir la oferta de hospedaje que la ciudad de Torreón tiene para los turistas.

Estrategia1.- Incluir dentro de los programas de difusión de información turística existentes, un apartado que se refiera a la oferta hotelera local, haciendo notar las facilidades que ofrece en comparación con otras zonas turísticas del norte del país.
Estrategia 2.- Incentivar la inversión en hoteles de cinco estrellas que representen un atractivo para los turistas.

Objetivo 4.- Mejorar la imagen urbana para promoción del turismo.

Estrategia 1.- Atender a las necesidades de imagen y funcionalidad de sitios públicos de la ciudad, turísticos y no turísticos, y promover la inversión en la infraestructura de apoyo al turismo
Estrategia 2.- Modernizar, actualizar y ampliar la cobertura de todos los servicios municipales

6.- Seguridad Patrimonial y Física.

Objetivo 1.- Mejorar la percepción pública de la seguridad en la población turística nacional y foránea.

Estrategia 1.- Fomentar el sano esparcimiento y el dinamismo económico brindando seguridad y confianza a la ciudadanía, con la finalidad de que éste sentimiento permee en la conciencia nacional e internacional y pueda ser incentivo para que la población general se sienta con la confianza de visitar los sitios turísticos de la región sintiéndose seguros

Objetivo 2.- Articular una política de seguridad ciudadana integral con prioridad en las atribuciones municipales en la materia como son prevención, vigilancia y control, que abarque la prevención situacional del delito.

Estrategia 1.- Eficientar los servicios públicos.
Estrategia 2.- Fortalecer la cohesión social mediante la cultura y el deporte

Objetivo 3.- Mejorar la cobertura de servicios salud contribuyendo a elevar la esperanza y calidad de vida de la población.

Estrategia 1.- Dotar de infraestructura física para proporcionar mejores servicios de salud preventiva elevando la calidad de vida de las personas.
Estrategia 2.- Eficientar los servicios de salud pública existentes.

7.- Promoción y Comercialización.

Objetivo 1.- Fortalecer la promoción y comercialización turística .

Estrategia 1.- Promoción turística.
Estrategia 2.- Promover a Torreón con sus productos, rutas, circuitos y destinos en los mercados nacionales e internacionales.
Estrategia 3.- Impulsar esquemas de coordinación con los municipios y otras instancias públicas y privadas que multipliquen los esfuerzos.

Objetivo 2.- Establecer un plan de medios que posicione al Torreón como el Mejor Destino Turístico del Norte de México".

Estrategia 1.- Posicionar a Torreón como destino turístico en el contexto nacional e internacional mediante un Plan de Medios.
Estrategia 2.- Utilizar las tecnologías para la promoción turística efectiva de amplia difusión.

8.- Gestión del Destino.

Objetivo 1.- Impulsar la competitividad del destino turístico.

Estrategia 1.- Promover la estabilidad socioeconómica del entorno.
Estrategia 2.- Promover el crecimiento de la competitividad del destino.

Objetivo 2.- Promover el desarrollo sustentable del destino.

Estrategia 1.- Monitoreo y Evaluación de la Sustentabilidad Turística.
Estrategia 2.- Contrarrestar el Impacto Negativo al Medio Ambiente.

9.- TIC's e información turística.

Objetivo 1.- Apoyar al sector turístico y empresarial de la ciudad de Torreón, mediante el establecimiento de un Portal de acceso mundial de

conectividad de datos, en alta velocidad permitiendo el intercambio de información estratégica.

Estrategia 1.- Promoción a nivel académico buscando integrar los talentos en TIC's.
Estrategia 2.- Impulsar el desarrollo turístico regional y municipal mediante el uso innovador de las TIC's para la promoción del destino turístico.
Estrategia 3.- Desarrollar un Portal único del Destino.

Matriz de compromisos

Para llevar a cabo los proyectos estratégicos, las estrategias y las líneas de acción que coadyuvarán a alcanzar los objetivos planteados en los Factores de Competitividad, se involucrarán a los tres órdenes de Gobierno, la iniciativa privada y a la sociedad en su conjunto, para ello se construyó la Matriz de Compromisos en donde se agrupan en los siguientes rubros:

- Proyectos Prioritarios de Apoyo del Destino Turístico Torreón
- Planeación, Regulación e Instrumentos Normativos
- Adquisición de Reservas Territoriales
- Infraestructura Regional de Comunicaciones y Transporte
- Vialidad local
- Transporte público
- Imagen Urbana
- Infraestructura urbana
- Alcantarillado y saneamiento
- Medio ambiente
- Equipamiento Urbano y Turístico

Matriz de Proyectos Prioritarios

Se presentó matriz de Proyectos Prioritarios derivados de las necesidades de infraestructura prioritaria que contribuya al equipamiento turístico del destino para incrementar la oferta turística y proporcionar mayores opciones de recreación, descanso y esparcimiento a la demanda real y captación de la potencial se plantean proyectos prioritarios que ponen en valor los atractivos históricos, culturales y naturales ubicados en la zona de estudio y que, presentan una oportunidad para el desarrollo de la actividad turística. Se presentan concentrados en la siguiente tabla:

Proyectos Prioritarios de Torreón, Coahuila

Tabla 1. Proyectos Prioritarios de Torreón

Proyecto	*Inversión Programada (millones de pesos)*
1.- Centro de Convenciones	*358.2*
2.- Plaza Mayor de Torreón, Paseo Turístico	*20*
3- Proyecto del Centro Turístico Religioso ¨Jerusalén¨ (Cristo de las Noas)	*85*
4.- Proyecto construcción de Teleférico en el cerro del Cristo de las Noas.	*100*
5.- Centro Interactivo LALA - Peñoles - Modelo	*76.4*
6.-Centro de Integración Empresarial el ¨Realito¨ en Jimulco	*76.9*
7.- Rehabilitación del Bosque Venustiano Carranza.	*60*
8.- Proyecto de Mejoramiento del ¨Manto de la Virgen¨.	*14*
9.- Centro de Diseño platero de alta calidad.	*50*
10.- Centro Recreativo Jimulco.	*30*
11.- Corredor Paseo Morelos.	*106.5*
12.- Parque Río Nazas.	*33*
13.- Rehabilitación de la Alameda Zaragoza.	*35*
14- Tren Turístico Ruta de Villa.	*160*
Inversión Programada	**1,205**

La actividad turística genera oportunidades de inversión ya que se apoya en la iniciativa privada, los cuales funcionan igualmente como detonantes de la actividad en la zona. Por ello, las oportunidades de inversión están enfocadas principalmente a los proyectos de alto nivel, que tienen un carácter redituable, para que puedan resultar atractivos a los posibles inversionistas, pero representan a la vez la posibilidad de aprovechar el potencial de desarrollo de la zona.

El desarrollo de estos, se enfoca a la creación de servicios y atractivos turísticos, los cuales están dirigidos a segmentos específicos y a la atención de sus necesidades.

V.- Entregables Adicionales

Inventario de Catálogo de atractivos, servicios y productos Turísticos.

Con la finalidad de conocer el potencial turístico del destino, se conformó inventario en donde se concentran 36 atractivos turísticos, culturales y naturales, entre parques, monumentos, edificios, teatros, museos, templos, históricos, entre los que destacan los siguientes Alameda Zaragoza donde se ubica el Edificio de la Biblioteca Municipal, el Bosque Venustiano Carranza y el Parque Urbano de las Etnias, área natural protegida de Jimulco.

Así mismo se inventariaron las rutas y productos turísticos que operan, entre las que se encuentran, La Ruta Gastronómica, elaborada por la Secretaría de Turismo Federal, la Ruta del Cabrito, Circuitos turísticos regionales, y cuatro rutas turísticas locales.

Portafolio de proyectos de Inversión.

Se formuló Portafolio de Proyectos Turísticos prioritarios en donde se describe localización, producto, mercado, factibilidad, problemas a resolver, acciones a realizar, metas, agentes involucrados, montos de inversión, imagen conceptual y fotografías, los proyectos, tiene la finalidad de aprovechar y poner en valor los atractivos históricos, culturales y naturales que se encuentran en la zona de estudio y que se ha convertido en atractivos que motivan en la actividad turística.

En el portafolio que se presenta en el documento se describen los proyectos turísticos para detonar la actividad turística de Torreón y posicionarlo en el mediano plazo como destino turístico; se derivan del conjunto de estrategias planteadas en la Agenda de Competitividad de Torreón y se complementan entre sí con la finalidad de ofrecer al visitante, producto turísticos integrados que permitan el logro de una experiencia turística placentera que lo haga disfrutar, recomendar y regresar a esta bella Ciudad.

La prioridad de éstos, se estableció en concordancia con "la Guía para la Conformación de Proyectos de Inversión de las Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos", cabe hacer mención que por los criterios empleados por el Estado en la selección de los que se incluyen en esta ocasión, el orden que seguirá para su atención de 2015 a 2017 se hará de acuerdo a los techos financieros que se asignen.

Propuesta de Mejora regulatoria estatal y municipal.

Mediante, talleres de planeación participativa, reuniones de expertos y encuestas, se analizaron los instrumentos legislativos rectores en el ámbito Estatal y Municipal, de estos se recabaron las propuestas de mejora orientadas a reformar, modificar y/o derogar, la Legislación y Normatividad que en materia turística se considere sea favorable para el sector.

Entre las propuestas se contemplan reformas en el ámbito de las Leyes Estatales como:

- Ley Orgánica de la Administración Pública en sus vertientes de "Facultades a la Secretaría de Turismo" delegando a está mayor fuerza coercitiva de supervisión y vigilancia sobre el Sector Turístico.
- Ley de Turismo del Estado de Coahuila en el tema de Datos y Estadísticas Turísticas por parte de los prestadores de servicios turísticos imponiendo esta actividad como una Obligación que de no ser cumplida podrá acreditar alguna sanción administrativa, y abordando el aspecto de Seguridad Social al contemplar el Código de Conducta Nacional para la Protección de los Niños en el Sector de los Viajes y el turismo como una normatividad supletoria en el caso de así se necesitare.

Así mismo, abarcando la normatividad municipal, se propone una significativa reforma al Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza en lo que a las "Facultades del Director de Desarrollo Económico Municipal" se limitan, toda vez que se considera falta mayor especificación y objetividad de las facultades que en materia de turismo goza.

A través de los procedimientos jurídicos correspondientes, habrán degenerarse las iniciativas correspondientes para fortalecer los instrumentos legislativos del Municipio y del Estado.

Esquemas para fomentar la inversión pública y privada.

Para cubrir los aspectos problemáticos antes mencionados, las alternativas de solución que se plantean son; más oportunidades de empleo al sector turístico, nuevas oportunidades de desarrollo a empresas turísticas en la región. Involucrar a las universidades y población en general a una cultura de cuidado del medio ambiente. Llevar a cabo los planes y programas convenidos y que no

han sido resueltos o terminados. Contar con mayor infraestructura y vialidad para las rutas turísticas con personal capacitado. Apoyo de financiamiento de parte de los sectores público y privados que tengan relación con la actividad turística.

Recomendaciones para la Planeación, Movilidad y Ordenamiento Territorial.

Dentro del estudio realizado en referencia a la planeación, movilidad y ordenamiento territorial se generaron recomendaciones orientadas a recomendar un modelo de movilidad de personas y mercaderías, racional, eficiente y seguro para Torreón. Optimizar y democratizar los modos de transporte, la accesibilidad y la conectividad de las estructuras y sistemas territoriales contribuyendo al desarrollo urbano y social. Potenciar la infraestructura vial de la ciudad y adecuarla a las necesidades de desplazamientos y flujos circulatorios para optimizar las inversiones y minimizar el mantenimiento. Minimizar las externalidades ambientales negativas de la movilidad. Promover la seguridad vial. Contribuir al ordenamiento urbano y territorial, identificando las interrelaciones existentes entre la movilidad y los usos del suelo, entre otras.

OBJETIVO DEL ESTUDIO

OBJETIVOS DEL ESTUDIO.

Objetivo General

Conocer las diferentes etapas de desarrollo, potencialidades, debilidades, amenazas y oportunidades. La situación de su población, recursos naturales, infraestructura y actividades económicas, así como la competitividad de oferta turística que se va a brindar al turismo local y a los turistas.

Incluyéndose en el estudio de cada uno de los factores índices, subíndices y variables como son:

- Cantidad y calidad de productos y servicios a ofrecer.
- Desarrollo y tendencias de la población.
- Observaciones del PIB en los servicios y empresas relacionadas con el turismo.
- Hacer mención de los problemas, causas efectos por medio de indicadores que reflejen la situación actual de Torreón en todo nivel turístico.
- Localización, población y recursos naturales con que cuenta en municipio.
- Conectividad y rutas turísticas de cada uno de los factores a investigar.
- Fortalezas y debilidades de cada uno de los factores.
- Programas que se hayan implementado o estén por implementarse en los diferentes rubros a tratar por parte de los gobiernos federales, estatales y municipales.
- Comparar destinos, afluencia turística local, nacional y extranjera.
- Medios de comunicación, transporte y rutas turísticas.
- Información generalizada de las instituciones, universidades, etc., así como empresas que participan en el desarrollo turístico de Torreón.
- Retrocesos en todos los servicios, infraestructura y desarrollo.
- Ambiente de seguridad local para el visitante.

Estos son algunos de los datos recabados y que contiene cada uno de los 9 factores de las ACDT, con el fin de obtener una radiografía sólida del estado en que se encuentra la situación turística de Torreón en nuestros días.

Lo cual permitirá fijar entre los distintos actores de los sectores privado, social, gubernamental un panorama global para medir y evaluar la capacidad turística del municipio.

Objetivos Específicos.

- Generar beneficios reales, además de favorecer la sostenibilidad de los recursos turísticos en lo social, cultural para contribuir a la estadía de los visitantes con servicios y sistemas de información, seguridad y accesibilidad.

- Incrementar la competitividad turística de la región para bien de sus habitantes ubicados en sus diferentes áreas geográficas.

- Posicionar al destino como un atractivo competitivo, histórico, cultural y social para el turismo.

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

I.- DIAGNOSTICO SITUACIONAL

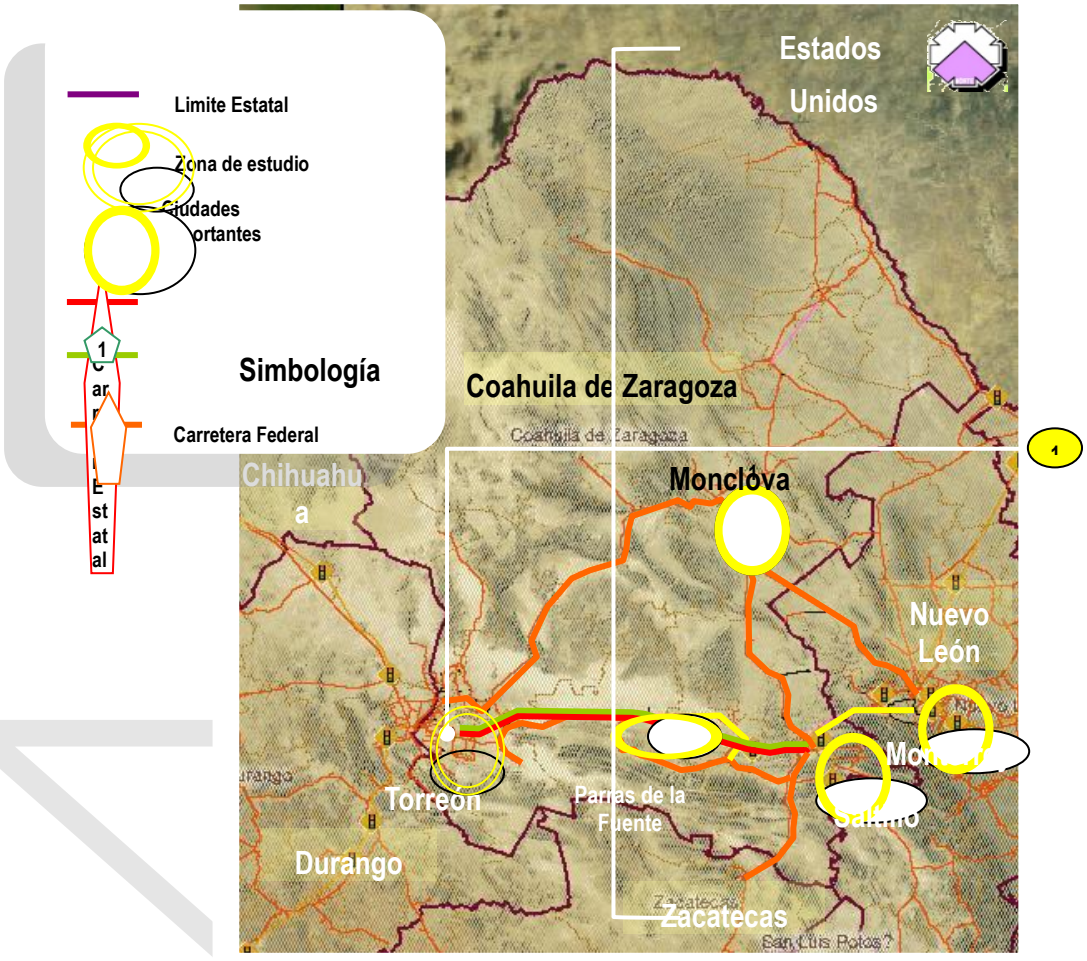
1. COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

1.1- Perfil socioeconómico del Municipio del Destino Turístico Torreón, Coahuila.

LOCALIZACION.- El municipio de Torreón se localiza en la región laguna de Coahuila, en las coordenadas 103°26´33" longitud oeste y 25°32´40" latitud norte, a una altura de 1,120 metros sobre el nivel del mar.

Limita al norte y al este con el municipio de Matamoros; al sur y al oeste con el estado de Durango. Se localiza a una distancia aproximada de 265 kilómetros de la capital del estado. Cuenta con una superficie de 1,947.70 kilómetros cuadrados, que representan el 1.29% del total de la superficie del estado.

Ilustración 2 Localización Geográfica Torreón.



POBLACIÓN.- La ciudad de Torreón presenta una dinámica demográfica creciente, puesto que en los últimos diez años muestra una tasa de crecimiento de 1.5 por ciento entre 2000-2005 y a 2.0 por ciento entre 2005 y 2010. Torreón ha tendido a conservar su participación en la población total estatal de 27.9 a 28.0 por ciento entre los años 1970 a 2010.

Tabla 2. Población total y tasa de crecimiento medio anual por municipio 1970-2010

(INEGI, Censo de Poblacion y Vivienda., 2010)

(INEGI, Censos Generales de Poblacion y Vivienda, 1970, 1980, 1990 y 2000)

Población total y tasa de crecimiento medio anual por municipio, 1970-2010										
	Entidad			Población Total						
	Región	Municipio		1970	1980	1990	1995	2000	2005	2010
05	Coahuila de Zaragoza			1.114.956	1.557.265	1.972.340	2.173.775	2.298.070	2.495.200	2.739.691
35	Torreón			250.524	363.886	464.825	508.076	529.512	577.477	638.396
				Tasa de crecimiento medio anual %						
				1970-80	1980-90	1990-95	1995-2000	2000-05	2005-10	
				3,3	2,4	1,7	1,3	1,5	1,9	
				3,7	2,5	1,6	1,0	1,5	2,0	

(INEGI, Conteos de Poblacion y Vivienda, 1995 y 2005)

La población actual de Torreón, es de 639,629 habitantes, la cual está compuesta por 327,494 mujeres y 312,135 hombres.

Tabla 3. Población total, edad mediana y relación hombres-mujeres por municipio.

Población total, edad mediana y relación hombres-mujeres por municipio							
Al 12 de junio de 2010. INEGI.							
Municipio	Población total a/			Edad mediana b/			Relación hombres-mujeres
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	
Torreón	639 629	312 135	327 494	27	26	28	95.31

(INEGI, Anuario Estadistico de Coahuila, 2012).

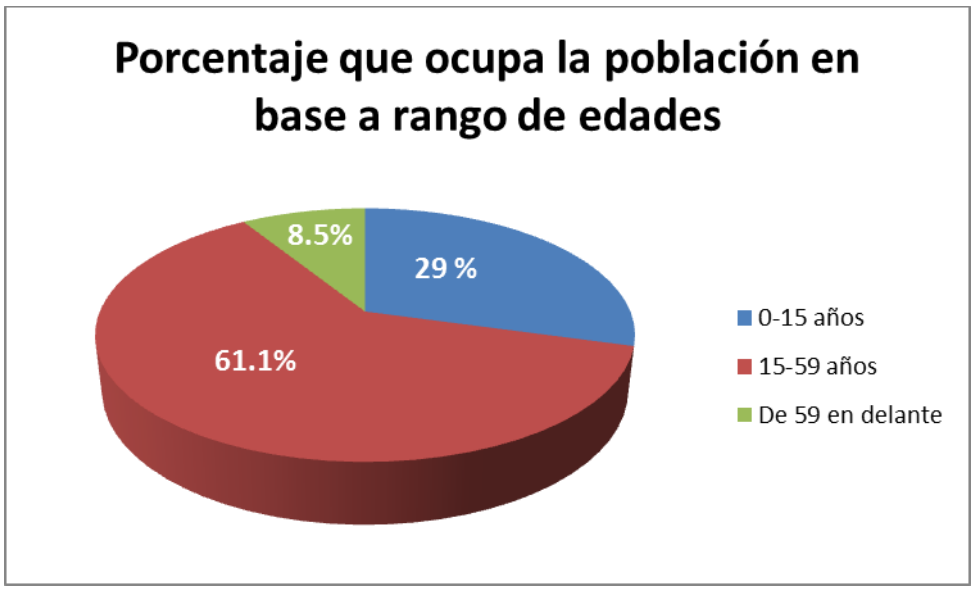
Tabla 4. Gráfico poblacional en base a edades.

Población	Torreón	Coahuila
Población total, 2010	639,629	2,748,391
Población total hombres, 2010	312,135	1,364,197
Población total mujeres, 2010	327,494	1,384,194
Porcentaje de población de 15 a 29 años, 2010	25.7	25.9
Porcentaje de población de 15 a 29 años hombres, 2010	26.1	26.2
Porcentaje de población de 15 a 29 años mujeres, 2010	25.2	25.6
Porcentaje de población de 60 y más años, 2010	9.0	8.6
Porcentaje de población de 60 y más años hombres, 2010	8.2	8.3
Porcentaje de población de 60 y más años mujeres, 2010	9.7	9.0
Relación hombres-mujeres, 2010	95.3	98.6

(INEGI, Anuario Estadistico de Coahuila, 2012)

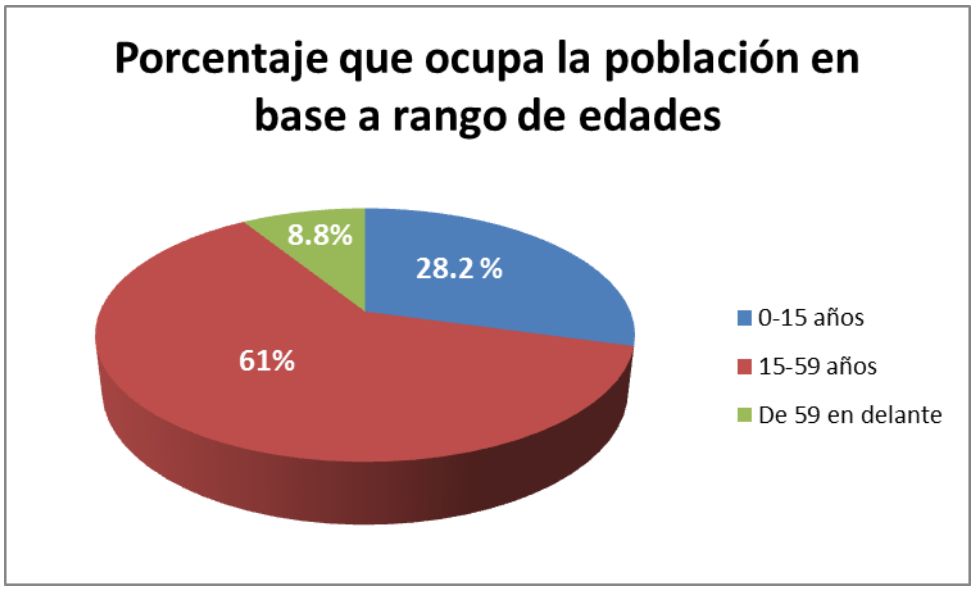
El estado de Coahuila se encuentra en una etapa intermedia en la transición demográfica, por lo cual tienden a predominar los grupos de edad más jóvenes: 29.0 por ciento de la población tiene menos de 15 años; 61.1 por ciento tiene entre 15 y 59 años de edad y 8.5 por ciento son adultos mayores de 60 años.

Ilustración 3. Porcentaje que ocupa la población en base a rango de edades en Coahuila



Por su parte, en Torreón la estructura de edades de la población es un poco más envejecida que el promedio estatal: 28.2% son niños y jóvenes, 61.0% son personas en edad de trabajar y 8.8% son adultos mayores.

Ilustración 4. Porcentaje que ocupa la población en base a rango de edades en Torreón



Torreón tiene un alto porcentaje de población en edad activa (61.4%), evidenciando la potencialidad económica de la población residente y la centralidad productiva de esta ciudad a nivel regional y estatal.

La siguiente ilustración permite observar que a nivel estatal la tasa de participación económica de la población de 12 años y más asciende a 52.0%, ligeramente mayor al promedio regional que es de 50.5 por ciento. La dinámica económica del Torreón, analizada a través del perfil de actividad económica de su población, indica que la tasa de participación productiva es superior a la tasa estatal y regional al situarse en 54.1 por ciento.

Ilustración 5. Rango de edades

Población Total de Coahuila = 2,748,391

POBLACION	HOMBRES	MUJERES
619125	301882	317243

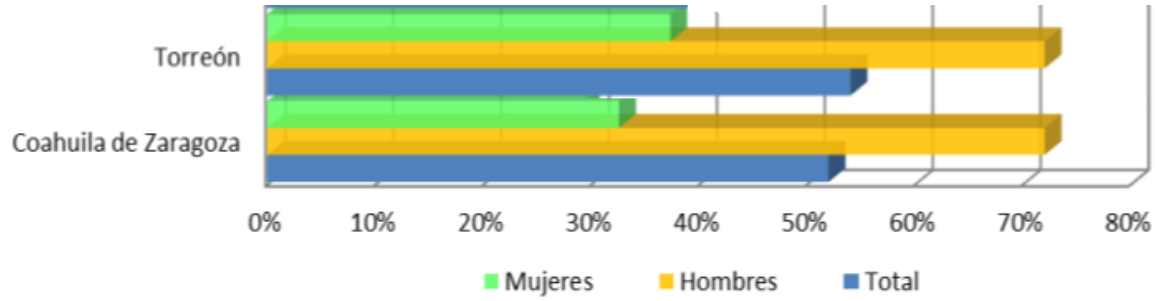
ECONOMICAMENTE ACTIVOS	HOMBRES	MUJERES
254346	162456	91890

Ilustración 6. Comparativa de Rasgos de Población Municipal y Estatal

	Estado Región Municipio	Población de 12 años y más	Población Económicamente Activa (PEA)	Población No Económicamente Activa (PNEI)	Tasa de Participación Económica [1/]
05	Coahuila de Zaragoza	2.071.514	1.078.100	984.442	52,0
	Torreón	*484.112*	*261.805*	*220.305*	*54,1*

(INEGI, Censo de Poblacion y Vivienda., 2010)

Ilustración 7. Tasa de participación económica según sexo, 2010.



(INEGI, Censo de Poblacion y Vivienda., 2010).

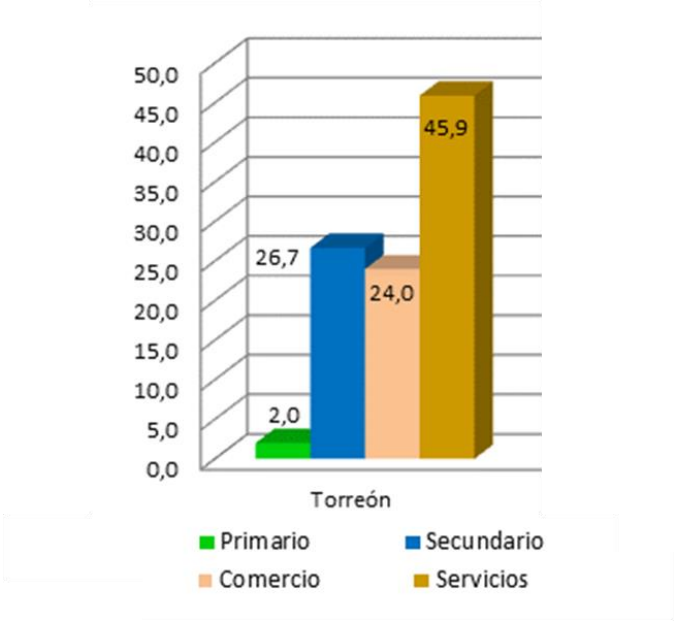
La distribución de la PEA (Población Económicamente Activa) está directamente relacionada con la concentración de las actividades económicas y de la población; el municipio de Torreón concentra el mayor volumen de la PEA (261,805 personas) acorde con su población y las actividades económicas que se desarrollan en esta ciudad. Asimismo, la tasa de participación económica de los varones supera con mucho la participación femenina.

Población ocupada por sector de actividad económica.

Un primer acercamiento al comportamiento sectorial de la población ocupada en el estado y Torreón, arroja la tendencia que se considera generalizada a nivel nacional la cual consiste en una reducción importante del sector primario, adelgazamiento considerable del secundario y el engrosamiento del sector terciario de la economía. Este proceso que se replica en todo el territorio nacional, está intrínsecamente vinculado con el creciente proceso de urbanización y la mayor presencia de actividades terciarias en la economía de las ciudades.

Esta tendencia indica que Torreón es el municipio más urbanizado de la región laguna, en el cual siete de cada diez personas activas se concentran en el sector terciario (comercio y servicios), cifra por arriba de los promedios estatal y regional. En contraste, el sector primario tiene una menor capacidad de generación de empleo que en la entidad, región y los municipios.

Ilustración 8. Población ocupada por sector de actividad económica



(INEGI, Censo de Poblacion y Vivienda., 2010)

Por otra parte, la evolución de la población ocupada según gran sector de actividad económica en el periodo 2000-2010 indica que en el municipio de Torreón el nivel de ocupación en el sector terciario se incrementó de manera significativa (9.4%) y por encima del incremento estatal (8.5%).

Ilustración 9. Dinámica de la población ocupada por gran sector de actividad económica, 2000-2010.

	Estado Región Municipio	Población ocupada	División ocupacional (%) [1/]				
			Profesionistas, técnicos y administrativos [2/]	Trabajadores agropecuarios	Trabajadores en la industria [3/]	Comerciantes y trabajadores en servicios diversos [4/]	No especificado
05	Coahuila de Zaragoza	1.037.370	30,7	3,7	29,9	34,9	0,8
35	Torreón	242.568	34,9	0,9	23,3	39,9	1,0

Notas:

1/ Corresponde al primer nivel de agrupaciones de la Clasificación Única de Ocupaciones (CUO, 2010).

2/ Funcionarios, directores y jefes; profesionistas y técnicos; y trabajadores auxiliares en actividades administrativas.

3/ Mecánicos y trabajadores industriales y artesanales; operadores de maquinaria industrial, ensambladores, choferes y conductores de transporte.
4/ Comerciantes, empleados y agentes de ventas; trabajadores en servicios personales, vigilancia y fuerzas armadas; y trabajadores en actividades elementales y de apoyo.
(INEGI, Censo de Poblacion y Vivienda., 2010).

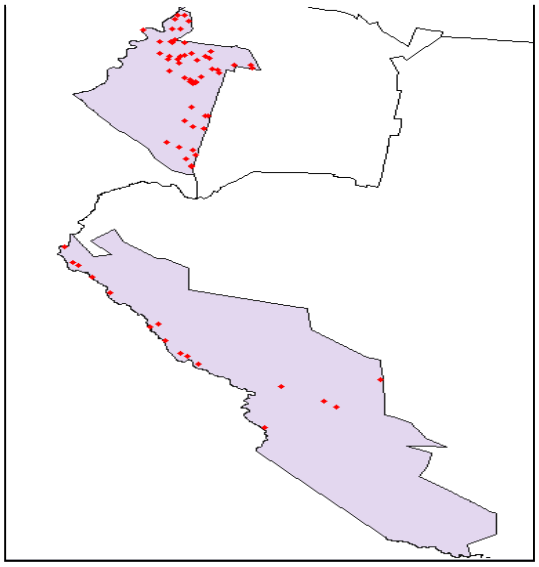
La distribución porcentual de la población ocupada según división ocupacional muestra que en Torreón el 39.9% se emplea como comerciante o prestador de servicios diversos (agentes de ventas; trabajadores en servicios personales, trabajadores en actividades elementales y de apoyo, etc.), lo que representa 5 puntos porcentuales por encima de la proporción estatal (34.9%)

El 6.1% de la población ocupada de Torreón percibe hasta un salario mínimo mensual, mientras que a nivel estatal la proporción asciende al 8.1%. En el otro extremo se tiene que el 57.8% de los ocupados en Torreón ganan más de dos salarios mínimos mensuales

Comunidades rurales

Las comunidades rurales de Torreón se ubican principalmente en las cercanías de las carreteras: en la región de la Sierra de Jimulco, 56 localidades concentran el 68 por ciento de la población rural; 12 localidades se encuentran próximas a la cabecera municipal, donde habitan 31.8 por ciento de los habitantes rurales y sólo se registran tres localidades aisladas, alejadas de carreteras y otros centros de población de mayor tamaño, donde vive el 0.2 por ciento de los habitantes rurales.

Ilustración 10. Rango de Edades



Población Total de Torreón = 639,629

POBLACION	HOMBRES	MUJERES
20504	10166	10214

ECONOMICAMENTE ACTIVOS	HOMBRES	MUJERES
7419	5472	1947

INFRAESTRUCTURA

Infraestructura Carretera

La ciudad de Torreón se encuentra en un punto estratégico entre el norte y el centro del país, se puede arribar por vía aérea, terrestre y ferroviaria. Cuenta con el Aeropuerto Internacional de Torreón “Francisco Sarabia” actualmente registra 15 salidas nacionales y dos salidas internacionales diarias.

La zona de estudio se comunica de oriente a poniente por la Carretera Federal número 40 Reynosa – Monterrey – Saltillo – Matamoros – Torreón – Mazatlán y su continuación por la Carretera número 49 México – Ciudad Juárez, además de la autopista de cuota Torreón – Saltillo; en el sentido norte – sur, la zona cuenta con la carretera federal número 30, que comunica a las ciudades de Torreón - San Pedro – Cuatro Ciénegas – Monclova; asimismo, se encuentran diversas carreteras pavimentadas estatales y municipales, terracerías y brechas, que permiten el acceso a la mayoría de las localidades urbanas y rurales de la región.

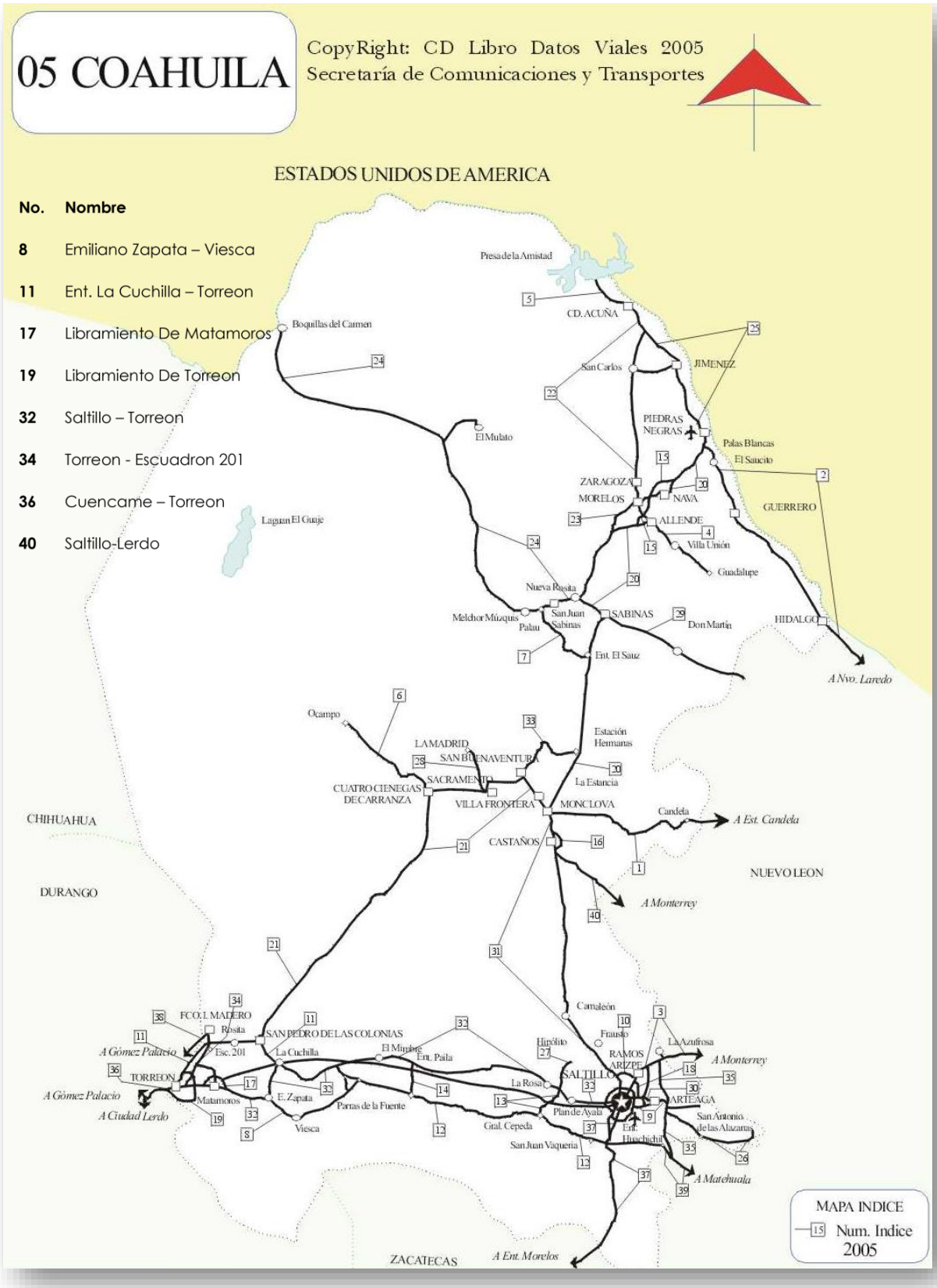
Ilustración 11 Región Torreón: Infraestructura Carretera

Origen	Destino	Distancia	Tiempo
Torreón	Francisco I. Madero	32.0 Km	00:25
Torreón	Matamoros	27.0 Km	00:30
Torreón	San Pedro	48.0 Km	00:42
Torreón	Viesca	73.8 Km	01:23
Torreón	Emiliano Zapata	52.0 Km	00:46

Fuente: Programa Carretero 2011. SCT. Jueves 17 febrero 2011

La transportación terrestre se efectúa a través de la carretera federal No. 40 Saltillo-Lerdo, Durango, que atraviesa de oriente a poniente. Cuenta con carreteras locales y caminos rurales que comunican sus localidades con la cabecera municipal. La ciudad cuenta también con una buena comunicación hacia el exterior del país: en la frontera coahuilense, a través de Piedras Negras y Ciudad Acuña; por el estado de Nuevo León con Nuevo Laredo y Reynosa, Tamaulipas; y por el estado de Chihuahua, a través de Ciudad Juárez.

Ilustración 12. Estado de Coahuila. Infraestructura Carretera



La carretera federal número 40, con una longitud aproximada de 650 kilómetros en su recorrido total, es una carretera con 2 carriles de circulación en el tramo anterior a Matamoros, un carril para cada sentido, separados por una franja en el pavimento; el pavimento se encuentra en condiciones que van de regular a mala, sin acotamiento delimitado, aunque a los costados se cuenta con una franja de terracería; el señalamiento en este tramo va de regular a malo, faltando señales restrictivas de velocidad y preventivas, el señalamiento horizontal se constituye únicamente por una franja al centro de la carretera separadora de carril y está en general desgastado.

Cabe destacar que en la desviación hacia Saltillo, esta carretera cambia sus características, ya que a la altura de la calle Rayón, se divide en dos carreteras con dos carriles para cada sentido, separadas por un camellón con escasa vegetación e iluminación, su acotamiento tampoco está bien definido y su señalamiento sigue siendo deficiente en este tramo.

Sin embargo, al interior de la ciudad de Torreón, la carretera federal número 40, cuenta dos carriles laterales para cada sentido, además de dos carriles centrales, separados por un camellón en el que se localiza la iluminación; en este tramo no se cuenta con acotamientos, las condiciones del pavimento van de regulares a buenas y se pueden observar señalamientos informativos en regulares condiciones, restrictivos y preventivos escasos; el señalamiento horizontal en general es escaso. Esta carretera se enlaza directamente con la carretera federal número 49 con las mismas características.

En lo que respecta a la carretera federal número 30, en su intersección con la carretera federal número 40, a la altura del aeropuerto internacional de Torreón, es una vía con dos carriles de circulación para cada sentido, separados por un camellón; el pavimento en general se encuentra en buenas condiciones, con señalamiento horizontal de regulares a buenas condiciones y señalamientos informativos, restrictivos y preventivos.

En lo que se refiere a las carreteras estatales, estas se comunican directamente con las poblaciones más cercanas a la zona de estudio, con pavimentos que en su mayoría se encuentran de regular a malas condiciones, con señalamientos horizontales y verticales deficientes y en muchos casos escasos, en donde además es característica la falta de señales informativas de destino, restrictivas y preventivas.

Los diferentes caminos municipales, brechas y terracerías que comunican a las poblaciones de menor tamaño, van de regular a mal estado, el ancho de sección en general es insuficiente y existe una clara carencia de señalamiento.

En general, esta zona de estudio cuenta con accesibilidad carretera de mediana calidad que debe complementarse con programas integrales de vialidad, en los que se incluya proyectos de remodelación y mantenimiento de pavimentos, ampliaciones de sección y delimitación adecuada de las mismas, así como la mejora en señalamientos de tipo informativo de destino, restrictivo que permita una circulación adecuada y de calidad tanto para los habitantes de la región, como para los visitantes de la zona.

Ilustración 13 Carretera federal no. 40; entrada a Matamoros

Ilustración 14 Carretera federal no. 40; salida de Matamoros

Ilustración 15 Carretera federal no. 40; al interior de la ciudad de Torreón

Ilustración 16 Carretera federal no. 30

Torreón

Al interior de la ciudad, se identifican vías regionales, primarias y de tipo local, con superficie de rodamiento pavimentada, de asfalto, terracería y brechas.

Las carreteras regionales de acceso a esta localidad son la federal número 40 y su continuación la carretera federal número 49, que comunica con Ciudad Lerdo; además de la carretera federal número 30 que la comunica con Cuatro Ciénegas, San Pedro y Francisco I. Madero, sin omitir las carreteras locales y caminos rurales de la zona.

Matamoros

En esta región de la zona de estudio, conjuntamente con la carretera federal número 40, se cuenta con vías de comunicación importantes como la carretera la herradura de Matamoros pavimentada que comunica a la mayoría de los poblados rurales.

Viesca

A este municipio, el acceso se realiza por el entronque con la carretera federal número 40 Saltillo – Torreón; existe, también, una red de caminos rurales que comunican a todas las localidades; sin embargo, la característica de la vialidad en general de la zona es muy local al ser una población muy pequeña.

Ilustración 17 Camino local en Viesca

Tabla 5 Longitud de la red carretera por municipio según tipo de camino al 31 de diciembre de 2009 (kilómetros)

	Troncal federal a/		Alimentadoras estatales b/		Caminos rurales		
Municipio	Pav. c/	Rev.	Pav. c/	Rev.	Pav. c/	Rev.	Terracería
Matamoros	32	0	ND	ND	43	4	4
Torreón	8	0	ND	ND	36	10	0
Viesca	70	0	ND	ND	136	100	0

a/ También es conocida como principal o primaria, tiene como objetivo específico servir al tránsito de larga distancia. Comprende caminos de cuota pavimentados (incluidos los estatales) y libres (pavimentados y revestidos).
b/ También conocidas con el nombre de carreteras secundarias, tienen como propósito principal servir de acceso a las carreteras troncales.
c/ Comprende caminos de dos, cuatro o más carriles.
d/ Excluye los conceptos con información no disponible.
e/ Debido al redondeo de las cifras, la suma de los parciales no coincide con el total.
Fuente: Centro SCT Coahuila. Dirección General; Unidad de Planeación y Evaluación.

VIALIDAD Y TRANSPORTE

Vialidad

En cuanto a la calidad de la vialidad en la zona de estudio, aunque se cuenta con un promedio del 75 al 80 % de vías pavimentadas, las características de estas aún son deficientes, lo que se traduce en fuertes rezagos en el aspecto de movilidad para las localidades que comprende la zona.

Los principales conflictos viales en la zona de estudio, se derivan de la complicada conformación que presentan las trazas urbanas y se complementa con la falta de un sistema estructurado de vialidad y trasporte.

Torreón

En la ciudad de Torreón dentro de la zona de estudio, se presenta una creciente saturación de vialidades, en primer término derivado de la movilidad de la población al interior de la ciudad y en segundo, por ser un paso constante de la población que va hacia Saltillo y hacia las localidades importantes del municipio de Durango, como Gómez Palacio y Ciudad Lerdo.

Se calcula una superficie pavimentada en la ciudad de aproximadamente 40 millones de metros cuadrados, de los cuales un promedio del 30 %, presenta un grave deterioro a consecuencia de zanjas, baches y ondulaciones; situación que ha mejorado a partir de

las múltiples obras viales que se han desarrollado, tales como el sistema vial Centenario, el sistema vial Revolución y el paso inferior Villa Florida construido en las inmediaciones del Periférico Raúl López Sánchez y la autopista a San Pedro, propiciando un mejoramiento en las vialidades adyacentes.

Matamoros

Dentro del área urbana de esta localidad, existe un aproximado de 120 kilómetros de vialidad incluyendo el libramiento, de los cuales, se encuentran pavimentados el 43 % con tan sólo 5 kilómetros de pavimento hidráulico y el resto asfáltico. El déficit en pavimentación de esta zona representa un 56.2 %.

Viesca

La localidad de Viesca, no presenta conflictos viales importantes y la mayor parte de vías pavimentadas se concentran en la zona centro.

El servicio de transporte en la zona de estudio, es de tipo interurbano principalmente, no obstante, este servicio proporciona una accesibilidad de traslado para la población de Matamoros y Torreón, debido a la cercanía de estas.

Se cuenta líneas de autobuses que comunican las ciudades de Matamoros con Torreón y con los principales ejidos de la zona de estudio y se complementa el servicio con las líneas de transporte urbano y taxis.

A pesar de que se trata de localidades en donde la vialidad les permite una ágil comunicación, es preciso definir programas estratégicos de vialidad y transporte a mediano y largo plazo, ante la incipiente conurbación y desarrollo de la zona.

Transporte.

Torreón

Existen 5 líneas de taxis que comunican a la población en su interior, tales como Mandarinas, Eco-rápidos, Radiocomunicación Monarca y Rapiditos Bip, Bipo; por medio de autobús, el traslado se realiza en los autobuses urbanos Coyote, Autobuses Torreón – Matamoros, y en los autobuses propiedad del gobierno con rutas diversas a Campo Alianza, Ciudad Nazas, San Joaquín, Dalias, Jacarandas, entre otros, y los famosos Torreón – Gómez - Lerdo y Torreón – Matamoros.

Matamoros

Al interior de esta localidad, el servicio de transporte urbano consiste en una ruta de microbuses que operan en un sector al poniente de la ciudad, circulando principalmente a lo largo de la avenida Lázaro Cárdenas.

Viesca

Las distancias accesibles a pie en esta localidad y el tamaño de su población, no justifican un sistema de transporte urbano.

Tabla 6 : Características del transporte urbano, foráneo y de carga, y servicios carreteros por municipio.

Municipio	Transporte urbano	Transporte foráneo	Servicio de carga
Torreón	5 líneas de taxis Rutas de autobuses urbanos	3 líneas de transporte	No existe
Matamoros	1 línea de microbuses	3 líneas de transporte que pasan por la localidad	No existe
Viesca	No existe, las distancias accesibles a pie y tamaño de la población no lo justifica		

(campo.)

Transporte Foráneo

La central camionera cuenta con las principales líneas de autobuses del país y tiene salidas diarias a diferentes destinos durante todo el año. La vía férrea le da acceso con las ciudades de Saltillo, Monterrey, con la frontera del norte del país y al sur con el estado de Durango.

Imagen Urbana

Torreón es una ciudad que en su imagen urbana presenta los vestigios de sus orígenes como ciudad industrial, aunque antes de ello la conformación del núcleo de población se dio gracias a la actividad agrícola, que tuvo como principal cultivo el algodón conocido como “oro blanco”. Posteriormente, sería la industria la que se convertiría en el motor impulsor de la economía, destacando la Empresa Peñoles, procesadora de plata, en conjunto con la industria de lácteos “Lala”.

Asimismo, Torreón es un asentamiento relativamente nuevo en comparación con otras áreas urbanas del interior del país, fundada en 1893, con poco más de 100 años de formación, por lo cual las características arquitectónicas predominantes en la zona se inclinan a la arquitectura moderna, mientras que las localidades de los alrededores en contraste, presentan características de arquitectura vernácula propia de la región y algunos vestigios sobresalientes de viejas haciendas y templos.

Tabla 7 Panorámica de la Ciudad de Torreón

Respecto a los elementos que integran la imagen urbana, se puede señalar lo siguiente:

Traza

En la traza urbana de Torreón destaca el entramado reticular de las colonias que la integran, las cuales presentan una lotificación regular. Los principales ejes de circulación son Av. Independencia, Reforma y Revolución, las cuales conforman un triángulo en cuyo interior se localizan algunas de las zonas más antiguas y tradicionales de la ciudad, mientras que en su exterior se encuentra la zona industrial y las zonas de crecimiento más reciente.

Destaca en el trazo vial la línea del ferrocarril, la cual se constituye en el límite surponiente de la ciudad, localizada al pie del Cerro de las Noas.

Tabla 8 Trazo Territorial de la Ciudad de Torreon.

Fuente: (Earth)

Sendas

Las sendas que pudieran destacarse, se componen de las principales avenidas para la circulación mencionadas anteriormente, que igualmente funcionan como corredores comerciales, y presentan como atractivo vegetación en el camellón central, en algunos de sus tramos. A las anteriores se pueden sumar algunas vialidades de tipo secundario entre las que destacan la Av. Colón (que corre en sentido norte sur), la avenida Morelos (en sentido oriente-poniente) que conduce a la Plaza de Armas, igualmente, ambas presentan vegetación en su camellón central y algunas esculturas.

En la zona del centro histórico de la ciudad, destacan algunas calles peatonales, que pudieran considerarse sendas atractivas, como es el caso de Valdez Carillo y Cepeda, que desembocan en la Plaza de Armas. Sobre esta última, en el tramo entre Hidalgo y Juárez, se encuentra el acceso al Museo Arocena, con una impresionante fachada de tipo vanguardista. Ambas calles han sido motivo de mejoramiento, destacando las estructuras realizadas para los locales comerciales, para la sombra y el mobiliario con diseños modernos.

Ilustración 18 Fachada de Museo Arocena y vialidad de acceso

Ilustración 19 Diseño moderno de mobiliario y camellones centrales arbolados

Nodos

En el sentido vial, los nodos que se pueden señalar para la ciudad, son los que conforman las intersecciones de las principales vialidades, que son los siguientes:

- Cruces de Reforma con Revolución, Juárez, Antonio de Juan Belz (Calle 32), Moctezuma, Manuel Ávila Camacho e Independencia.

- Cruces de Av. Independencia con Constitución, Colón y Libramiento Periférico Raúl López Sánchez.

- Cruces de Revolución con industria y Durangueña, México, Matías Román Ríos, Xochimilco y Libramiento Periférico Raúl López Sánchez.

Ilustración 20 Nodos Viales

Nodos viales: De Izq. A Der., Cruce de Revolución con Calles Industria y Durangueña, Cruce de Revolución y Reforma, Cruce de Independencia, Manuel Ávila Camacho y Reforma.

En cuanto a los nodos como puntos de reunión, se puede destacar la Plaza de Armas, que es un punto de convergencia tradicional para la Ciudad. Se encuentra en buen estado de mantenimiento, flanqueada por inmuebles de distintas características arquitectónicas, en las que se encuentran el Hotel Palacio Real y el Casino de la Laguna, destaca en su centro la Torre del Reloj. En esta plaza la población realiza actividades recreativas y de ocio.

Ilustración 21 Diseño moderno de mobiliario y camellones centrales arbolados

Bordes

Los bordes de la ciudad, se constituyen tanto por elementos artificiales como elementos naturales. Hacia los lados norte y oriente, el límite lo constituye el Libramiento Periférico Raúl López Sánchez; hacia el norponiente, se encuentra el lecho del Río Nazas, límite que constituye un borde natural, en cuyo margen norte se localiza la Ciudad de Gómez Palacio, perteneciente al Estado de Durango.

Del lado surponiente, es la vía del ferrocarril la que delimita la ciudad en conjunto con la cordillera localizada también en ese extremo, en la que destaca el Cerro de las Noas. Estos elementos naturales representan una barrera física decisiva para el crecimiento urbano en ese sentido, pero que a la vez son un referente destacado en el entorno paisajístico de la ciudad.

Barrios

Torreón se constituye por distintas colonias con características diversas, entre las que se encuentra el centro histórico, como la más tradicional. En este espacio confluyen por un lado, los elementos arquitectónicos más destacados de la ciudad, mientras también se encuentra la zona de mayor deterioro que presenta la imagen urbana, la cual corresponde a la zona localizada al lado surponiente.

La situación de deterioro en este espacio, corresponde a diversos factores, entre ellos a la presencia de comercio informal, ligado al deterioro y abandono de los inmuebles, así como también a que en esta zona se encuentra la parte vieja de la ciudad, donde se localiza población de bajos ingresos ubicada en las faldas de los cerros, que habita en viviendas que presentan condiciones de deterioro y que causan una mala imagen.

Ilustración 22 Diversos estilos arquitectónicos de la Zona Centro

Ilustración 23 Deterioro de la imagen urbana en el centro

Asimismo, del lado oriente del centro, se encuentra la zona comercial, que presenta una diversidad de estilos arquitectónicos, entre los que predominan los edificios con alturas de dos o tres niveles, pero que igualmente tiene la problemática del abandono de los inmuebles, así como la falta de uniformidad en los anuncios comerciales, lo anterior igualmente en detrimento de la imagen de la zona.

Ilustración 24 Vivienda deteriorada en los márgenes del Centro Histórico

En contraste, cabe destacar que tanto en la Plaza de Armas como en algunas calles principales, se cuenta con señalización en buen estado, así como mobiliario y alumbrado también en buenas condiciones.

Ilustración 25 Mobiliario y señalización de atractivos

Fuera del centro histórico, en la ciudad se encuentran zonas habitacionales de diversas características, que reflejan el nivel de ingresos de su población, por lo cual se encuentran zonas residenciales con viviendas en buen estado y estilos arquitectónicos igualmente diversos, pero con un paleta de colores en los que predominan los colores cálidos o neutros. Se encuentran también las zonas de vivienda de interés social, que se destacan por la uniformidad de sus fachadas y su localización periférica, mientras que las zonas populares viejas se localizan en las zonas intermedias y periferia. En general la vivienda predominante es de un nivel.

Ilustración 26 Diversos ejemplos de las viviendas de la Ciudad

Hitos

Los hitos destacados tienen que ver con diversos aspectos entre los que se encuentran el religioso, el económico, el deportivo, el cultural, así como con los elementos destacados del patrimonio arquitectónico. Son los siguientes:

Cristo del Cerro de las Noas. Se trata de una estatua de Cristo con los brazos extendidos, similar al de Río de Janeiro, pero de menor dimensión (22 metros de altura). Se localiza en lo alto del Cerro de las Noas (que recibe su nombre de una cactácea característica de la región), por lo cual representa un referente importante en el contexto paisajístico y simbólico de la ciudad. El Cristo, se ubica en un complejo religioso construido en piedra, que cuenta con templo, cafetería, mirador, capillas y albergue, estas últimas en proceso de construcción. Destaca el mirador que permite una vista panorámica de la ciudad hacia diversos puntos. La problemática que se presenta es que en la cima también se localizan unas antenas de comunicación que opacan la vista de esta imagen, la cual cuenta con iluminación que permite se aprecie también por las noches.

Ilustración 27 Cristo del Cerro de las Noas

Peñoles. Esta planta industrial dedicada a la metalurgia, destaca como referente de la economía de la ciudad, además por la importante porción de la mancha urbana que ocupa ubicada al sur de la ciudad. Se puede visitar en ella el Museo de los Metales, ubicado en la zona administrativa, y que constituye un ejemplo de arquitectura destacable por sus características.

Estadio Territorio Santos Modelo. De reciente construcción, destaca por la importancia a nivel deportivo y por sus instalaciones de corte moderno. En él se han celebrado importantes torneos entre los que destaca el pasado Campeonato Mundial Sub-17.

Ilustración 28 Estadio Territorio Santos Modelo

El Coliseo del Centenario. Es un inmueble ubicado en la periferia, que era antiguamente la Plaza de Toros y que en la actualidad se utiliza para la realización de diversos eventos en los que destacan las presentaciones artísticas.

Entre los elementos arquitectónicos que destacan en el entorno, se encuentran el Museo y Casa Arocena, el Teatro Nazas, el Teatro Isauro Martínez destacado por su arquitectura morisca, la Plaza de Armas y Museo de la Casa del Cerro.

Elementos de referencia

Otros elementos que destacan en el contexto de Torreón son la Alameda Zaragoza donde se encuentra el Edificio de la Biblioteca Municipal, el Bosque Venustiano Carranza y el Parque Urbano de las Etnias. Los dos primeros se caracterizan por presentar en su interior instalaciones diversas y contrastantes entre sí, arquitectónicamente hablando.

Ilustración 29 Imágenes de la Alameda

Ilustración 30 Parque Urbano de las Etnias y Bosque Venustiano Carranza

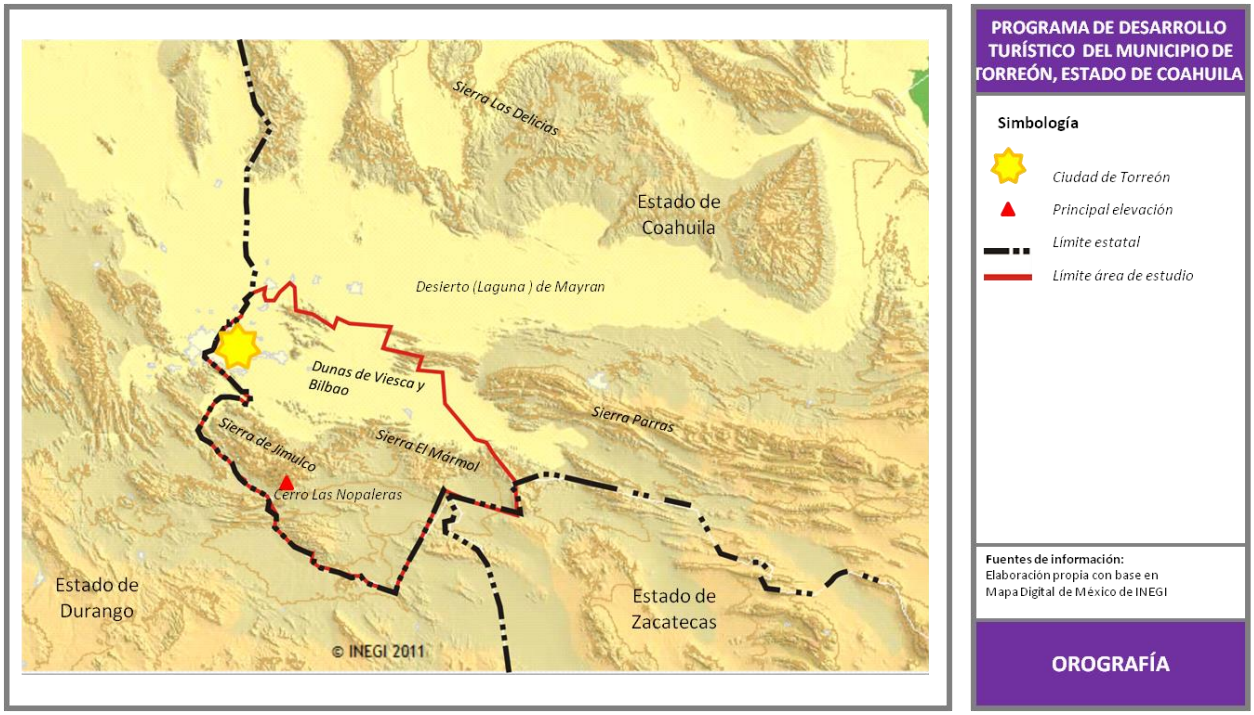
Finalmente cabe mencionar que existe un Reglamento Municipal para Anuncios de Torreón, publicado en fecha 13 de abril de 1999, y reformado a principios de 2010.

Medio Ambiente

La zona de estudio se localiza al suroeste del estado de Coahuila y comprende la superficie de tres municipios Torreón, Matamoros y Viesca. Ubicada en un terreno semiplano, con una altura promedio de 1500 msnm tienen como principal cualidad la formación de extensas llanuras aluviales o salinas denominadas localmente “bolsones”. Este pasaje árido se ve interrumpido por lomeríos ramificados o sierras plegadas como son Sierra de Jimulco en los límites con el estado de Durango y las Sierras de El Mármol y Pailas en los límites con el estado de Zacatecas.

Al este de la ciudad de Torreón, en el municipio de Viesca se localiza un campo de dunas, cuya formación ha llevado millones de años y constituye uno de los principales atractivos turísticos de la región.

Ilustración 31 Mapa 4. Orografía

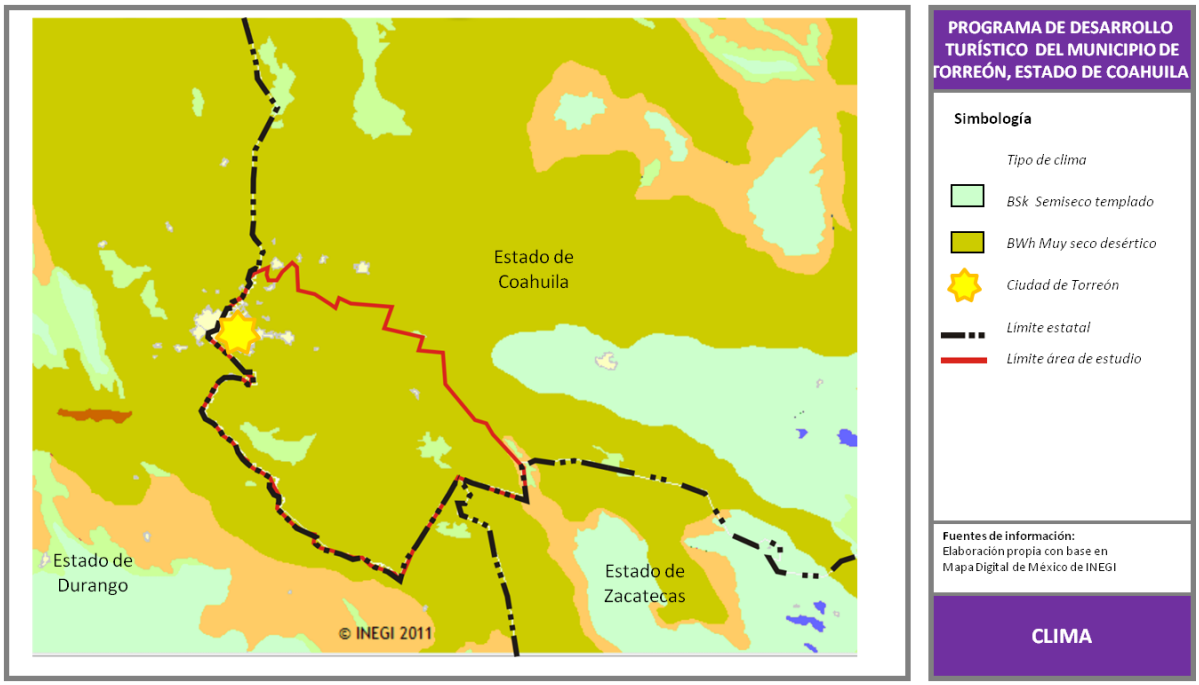


La principal elevación de la zona es el Cerro Nopaleras (3120 msnm) es una intrusión de roca ígnea, pues la zona ha estado sometida a una intensa actividad orogénica, que ha formado numerosas sierras plegadas, así como fallamientos e intrusiones relacionados a ellos. La orientación de los plegamientos es en dirección este-oeste. Esto forma un paisaje natural de gran belleza natural sumamente frágil con alto potencial para el desarrollo turístico si se realizan acciones tendientes a la protección del entorno para así asegurar su sustentabilidad.

Clima

El estado de Coahuila se localiza en la Altiplanicie Mexicana, es decir la gran topo forma entre las Sierras Madres Occidental y Oriental. Esta zona es sumamente árida por el efecto de sombra meteorológica, pues los vientos húmedos provenientes del Golfo de México se encuentran con barreras orográficas que impiden su paso esto produce su condensación y precipitación, al cruzar la sierra son vientos secos y cálidos que han dejado atrás su humedad y se produce sequedad en la ladera interna de las sierras. Esto da como resultado climas secos y desérticos con vegetación predominante de matorral y muy poca precipitación.

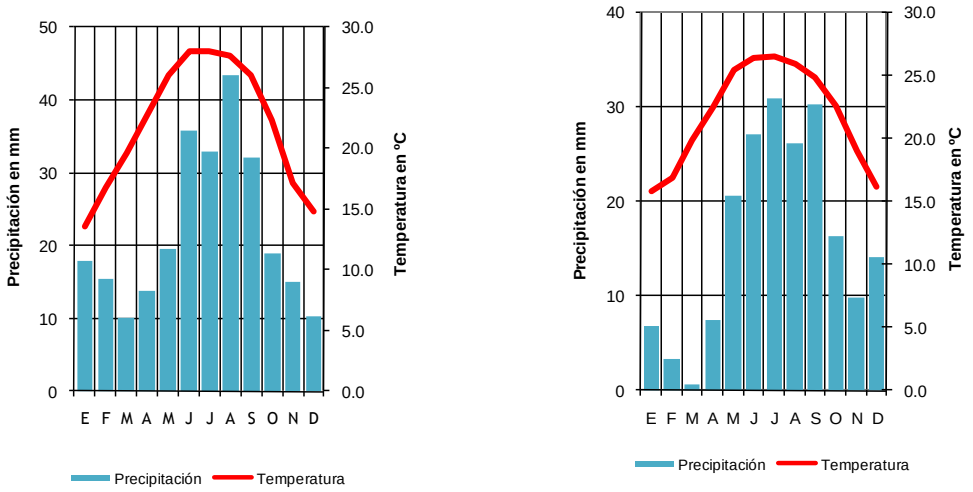
Ilustración 32 Mapa 5. Clima



En la zona de estudio existen dos tipos de clima, el tipo BSk semiseco templado, asociado con los sistemas de sierras que permiten una mínima concentración de humedad y son responsables de las corrientes intermitentes que proveen de agua a los mantos acuíferos de la región. Se presenta en manchones aislados al sur de Torreón y Viesca. El clima tipo semiseco templado tiene un verano cálido y una temperatura media anual que oscila entre los 12 y 18° C pero con amplia oscilación térmica pues en el mes más frío se registran temperaturas entre -3 y 18°C.

El tipo de clima BWh se distribuye de manera más amplia por toda la zona de estudio, este tipo es más seco aunque el invierno es más fresco, su temperatura promedio supera los 18°C, para comprender mejor las características de los climas se presentan los climogramas de dos estaciones meteorológicas en la zona de estudio.

Ilustración 33 Población de 12 años y más según condición de actividad por municipio, 2010



Fuente: Registro Histórico de Normales Climatológicas. SMN (2011).

La estación Emiliano Zapata, en el municipio de Viesca se ubica en las coordenadas 25°29'22'' y 102°56'33'' a una altura de 1,100 msnm, en la parte media de la zona de estudio. Los registros de las normales climatológicas corresponden a un clima semiseco templado, su temperatura media anual es de 21.9°C y su precipitación media anual es de 22.10 mm. El mes más frío es enero con 13.6°C y el más caluroso julio con 28°C.

La estación El Cuije, en el municipio de Matamoros se localiza en las coordenadas 25°41'48'' y 103°20'25'' a una altura de 1,120 msnm, A esta porción zona de estudio le corresponde un clima BWH muy seco desértico cuya temperatura media anual es de 21.9°C y donde la precipitación es de 16.16 mm anuales. El mes más frío es enero con 15.8°C y el más caluroso junio con 26.6°C.

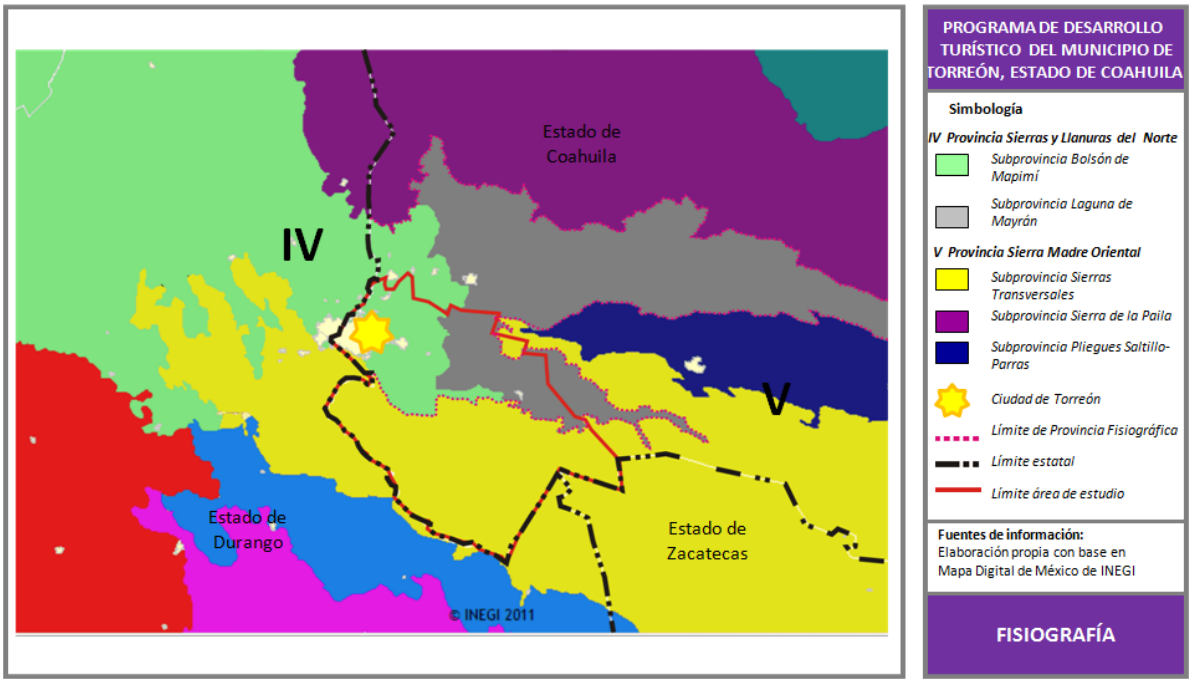
Al comparar los datos de las estaciones meteorológicas se aprecia que la temperatura media anual es la misma y sus temperatura extremas son muy similares. La diferencia fundamental la constituye la cantidad de precipitación. En una zona tan árida a mayor cantidad de precipitación se presenta un desarrollo económico mayor basado en actividades primarias. Las condiciones climáticas del sistema desértico lo convierten en una zona con actividad turística incipiente para aquellas personas que gustan del turismo de naturaleza o para establecer campamentos de investigación y observación de especies animales desérticas, pues se cuenta con condiciones inmejorables para el desarrollo de la misma.

Fisiografía

La zona de estudio se encuentra en una zona de contacto entre las provincias fisiográficas Sierras y Llanuras del Norte y Sierra Madre Oriental. La primera comprende gran parte de los estados de Chihuahua, Durango y dos zonas mínimas de Coahuila.

La segunda comprende parte de los estados de Coahuila, Nuevo León, Tamaulipas, San Luis Potosí, Querétaro e Hidalgo.

Ilustración 34. Torreón Urbano



A su vez esta provincia se encuentra subdividida en varias subprovincias, en la zona de estudio se aprecian dos la subprovincia del Bolsón de Mapimí y la subprovincia Laguna de Mayran (ver mapa 6).

La subprovincia del Bolsón de Mapimí cubre 4,714,84 km^2 y comprende parte de los municipios de Francisco I. madero, Ocampo, San Pedro, Sierra Mojada, Torreón y Viesca, se constituye por amplias llanuras aluviales y lomeríos de pendiente moderada.

La subprovincia Laguna de Mayran está constituida por llanuras, aunque existen también lomeríos aislados, comprenden una superficie de 7,804.31 km^2 y comprende parte de los municipios Francisco I. Madero, General Cepeda, Parras, San Pedro y Viesca.

La provincia Sierra Madre Oriental está constituida por numerosas cadenas montañosas cuyo principal material son rocas sedimentarias de origen marino, calizas y lutitas, de la era mesozoica, los estratos de estas rocas están doblados a manera de grandes pliegues que forman una sucesión de crestas alternadas con bajos; las cumbres oscilan entre los 2,000 y los 3,000 msnm.

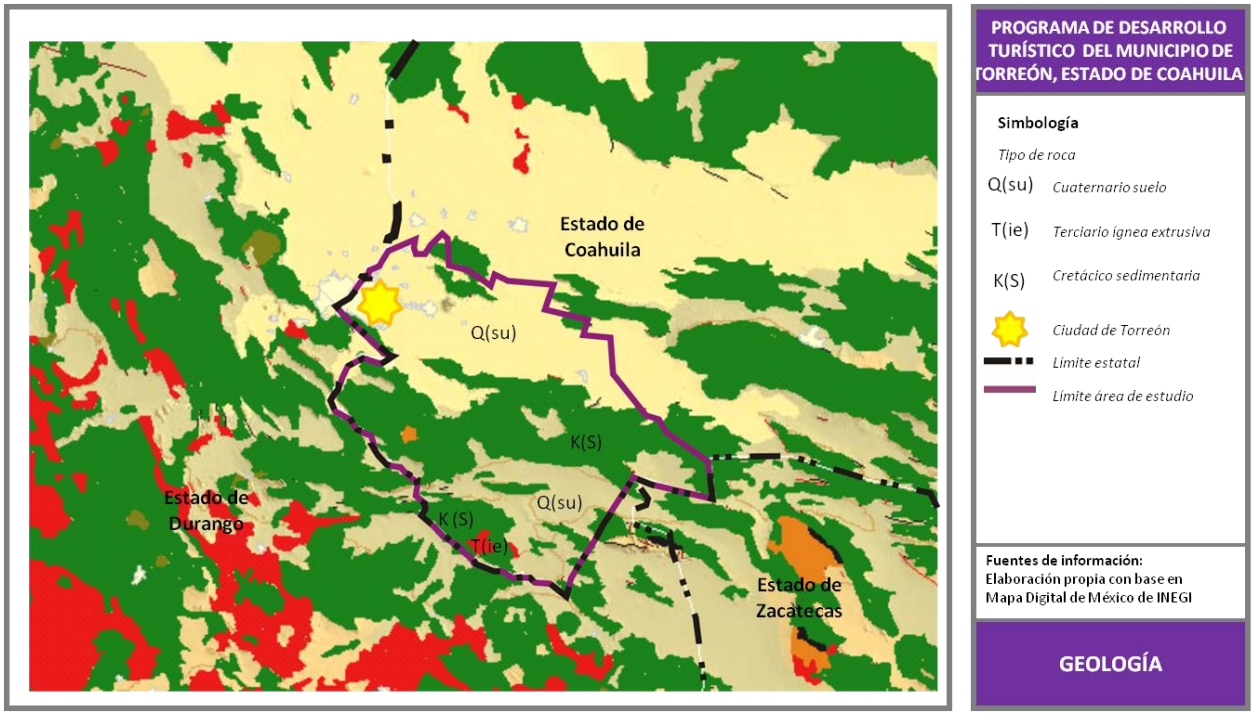
En la zona de estudio de esta gran provincia solo una subprovincia se encuentra presente, la denominada Sierras Transversales, esta topoforma corre paralela a los cuerpos centrales de la Sierra Madre Oriental, separadas una de otras por llanuras más o menos amplias.

Geología

Gran parte del territorio del estado de Coahuila, está constituido por rocas de origen sedimentario tanto marino como continental cuyas edades van desde el Paleozoico hasta el Cuaternario. Las más típicas son las calizas del Mesozoico. Estas rocas han sido afectadas por intensos plegamientos, fallamientos e intrusiones.

En la zona de estudio existen tres tipos de roca, el primero y más abundante es el suelo del cuaternario, conformado por aluviones son los depósitos más recientes y están compuestos por detritos de las diversas rocas. Cubren la mayor parte de loa llanos y alcanzan en algunos casos espesores de varios cientos de metros.

Ilustración 35. Mapa Geología



En segundo lugar se tiene a la roca caliza del cretácico sedimentario afloran dispersas por varias partes de la zona de estudio y están asociadas con rocas ígneas cuyas edades varían desde el Triásico hasta el Cuaternario, son la extrusivas y forman parte alta de las sierras.

En lo que se refiere a la geología estructural, la zona de estudio tiene numerosas fallas, provocadas por los movimientos orogénicos que conformaron las sierras, estas tiene una alineación noroeste-suroeste acompañando a las sierras ya mencionadas.

Uno de los mayores atractivos de la zona de estudios son las dunas de Bilbao, ubicadas en el municipio de Viesca, estas extensiones gigantescas de arena, se remontan a muchos siglos de antigüedad, es un medio natural en perpetuo movimiento y presenta pequeños espacios ricas en materias orgánicas.

El desarrollo económico que posiciono a la Comarca Lagunera, sobre todo en los últimos cuarenta años ha creado barreras para la dinámica y movimiento perpetuo de éste vasto arenal, por lo que ha alterado el hábitat natural de las dunas y ha provocado su estabilización, reducción y fragmentación con el consiguiente peligro que vayan desapareciendo paulatinamente la vida silvestre en especial reptiles y algunas especies de aves.

Las Dunas de Bilbao, con el paso del tiempo, se han ido compactando. Ya sea por la estabilización de las mismas, y por la escasa diversidad de cobertura vegetal (que es normal en estos paisajes arenosos), determinando que sean muy frágiles a las múltiples alteraciones como la urbanización, los usos agrícolas en las inmediaciones del arenal, la remoción de arena para la construcción.

Se debe poner especial atención en la conservación de este recurso natural, ya que para asegurar su sustentabilidad las acciones relacionadas con la actividad turística deben ser planeadas cuidadosamente con el fin de asegurar su permanencia por muchos años más.

Edafología

Clima, relieve y litología se conjugan para dar lugar a una variedad de suelos cuya distribución se resume en consideración a las formas del relieve, así en la zona de estudio se tienen seis tipos de suelo, cuyas características particulares se comentarán a continuación:

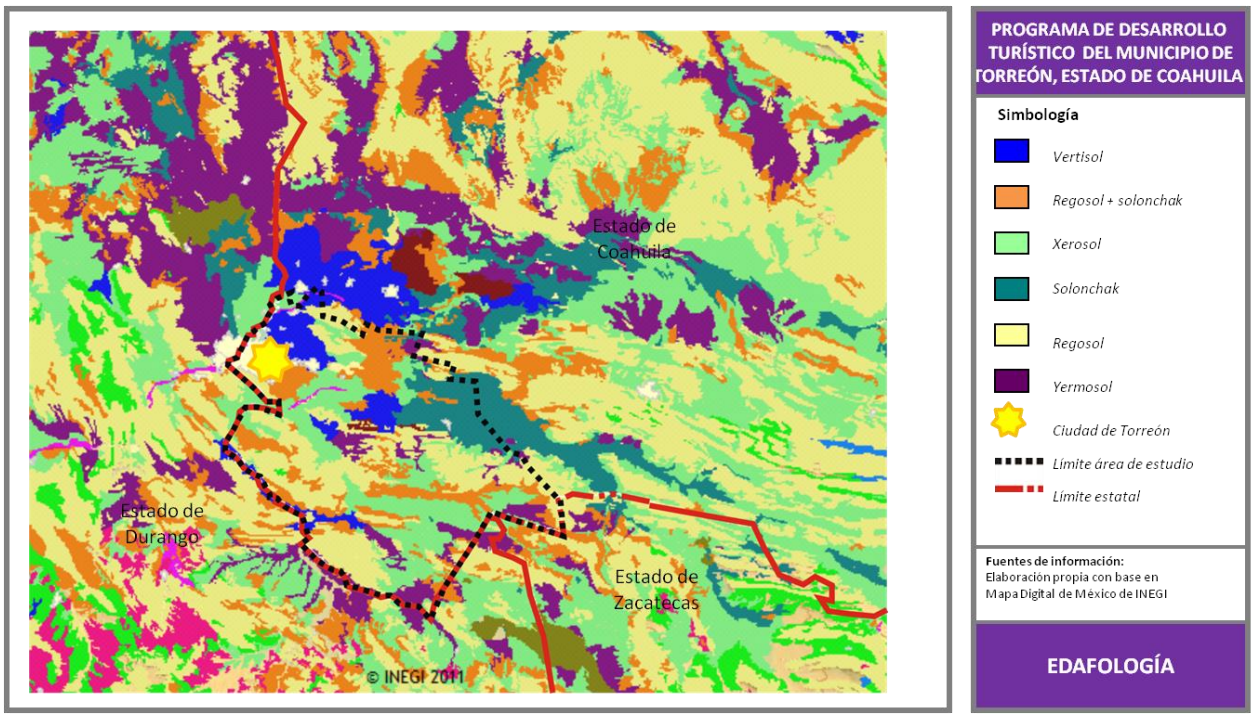
Vertisol: este tipo de suelo se presenta en zonas donde hay una marcada estación seca, su vegetación va desde pastizales a matorrales en climas semisecos. Se caracterizan por las grietas anchas y profundas que aparecen en ellos en la época de sequía, son suelos arcillosos y de color rojizo según el material que les da origen.

Son pegajosos cuando están húmedos y muy duros cuando están secos, a veces son salinos. Este tipo de suelo se distribuye de manera muy amplia en la parte norte de la zona de estudio, cerca la ciudad de Torreón y en pequeños manchones en el sitio de la antigua laguna de Mayran.

Regosol +solonchak: este tipo de suelo se encuentra en muy diversos climas, su principal característica es que no presenta capas distintas, se encuentran en playas, dunas acompañados de litosoles y de afloramientos de roca o tepetate. En la zona de estudio se presenta acompañado por el tipo de suelo solonchak, estos suelos son sumamente salinos y su uso en agricultura es muy limitado pues no todos los vegetales son tolerantes al exceso de sal. Rodea al tipo de suelo anterior y se ubica también en pequeñas manchas alrededor de las dunas de Bilbao y del lecho lagunar de Mayran.

En el siguiente mapa se observa la distribución de los suelos en la zona de estudio.

Ilustración 36. Unidades Edafológicas



Xerosol: estos suelo son propios de zonas áridas y semiáridas, su vegetación natural es de matorrales y pastizales, se caracterizan por tener una capa superficial de color claro y muy pobre en humus. Debajo de ella puede haber un subsuelo rico en arcillas o bien muy semejantes a la capa superficial.

Muchas veces presentan a cierta profundidad manchas, polvo o aglomeraciones de cal y cristales de yeso, por sus características en el cultivo de algodón, granos y vid se obtienen rendimientos altos debido a su fertilidad. En la zona de estudio también da sustento a una importante actividad ganadera de bovinos y ovinos ya que el matorral que lo cubre sirve como alimento a estas especies animales. Este tipo de suelo tiene la más alta distribución en la zona de estudio y es el sustento a las actividades agrícolas que han dado fama a la Comarca Lagunera.

Solonchak: estos suelos se presentan en diversos climas, principalmente en zonas donde se acumula el salitre, tales como lagunas costeras y lechos de lago o en las partes más bajas de los valles. Se caracterizan por presentar un alto contenido de sales en alguna parte del suelo. En algunos casos es posible eliminar o disminuir su concentración de salitre por medio del lavado, lo cual los habilita para la agricultura, algunos de estos suelos se utilizan como salinas. Al

noreste de la zona de estudio se encuentra la mayor concentración de este tipo de suelo, rodeando al suelo de tipo regosol.

Regosol: las características de este suelo se mencionaron en el segundo punto de este apartado, la razón por la que se reitere sobre de ellos es por la amplia distribución en la zona de estudio como un tipo aparte sin estar asociado con los otros tipos. Ocupa un gran sección al suroeste de la zona de estudio, así como parte del noroeste, siguiendo la alineación de la sierras de Jimulco y El Mármol, mismas que le han dado origen.

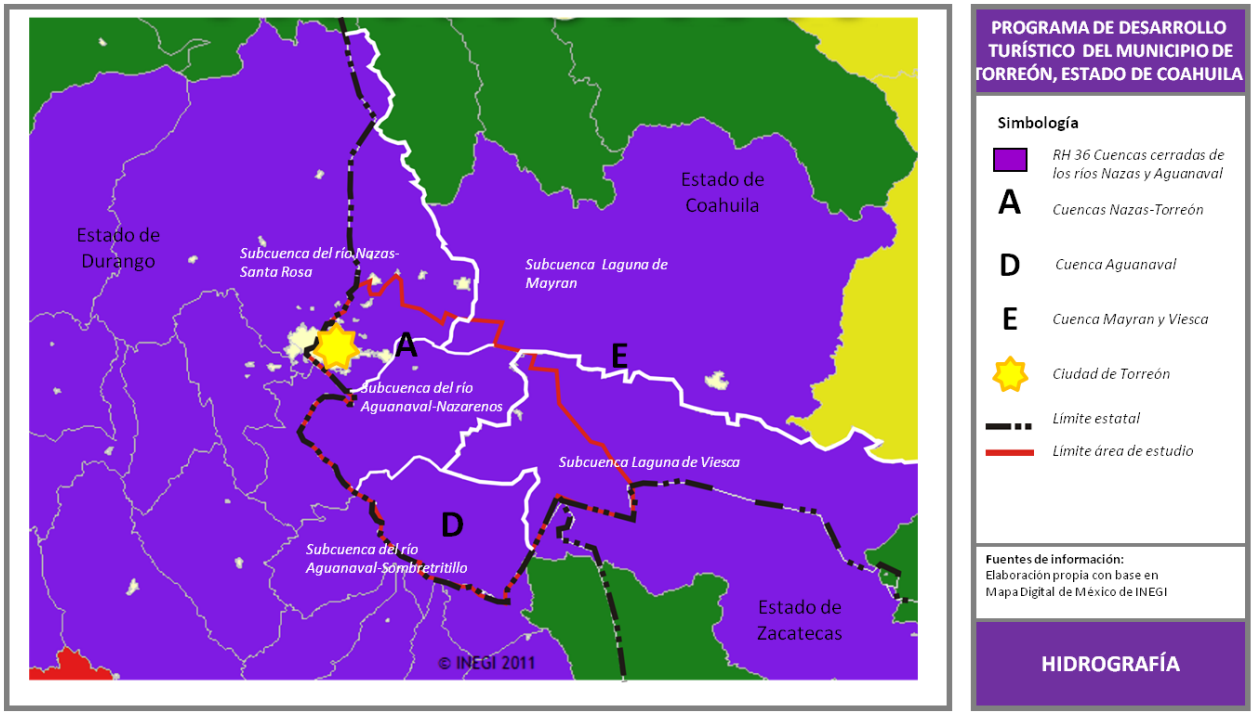
Yermosol: este tipo de suelo es exclusivo de zonas áridas, su vegetación es de matorrales o pastizal, a semejanza de los xerosoles, tiene una capa superficial clara y un subsuelo rico en arcilla y en ocasiones presentan acumulación de cal o yeso en el subsuelo. A diferencia de los xerosoles su capa superficial de humus es más pobre y contienen mayores cantidades de sal. Se presenta de forma aislada en el sur de la zona de estudio y pequeñísimos manchones cerca de cabecera municipal de Viesca.

Hidrografía

La totalidad de la zona de estudio está comprendida en la Región Hidrológica 36 Cuencas cerradas de los ríos Nazas y Aguanaval en una superficie de 21,908.22 km2.

Se encuentra dividida en tres cuencas y cinco subcuencas como se aprecia en el mapa siguiente:

Ilustración 37. Cuencas Hidrológicas



La RH 36 se encuentra al suroeste de Coahuila y abarca también partes de los estados de Durango y Zacatecas, se le conoce con el nombre de Región Lagunera y corresponde a las cuencas cerradas de los grandes ríos Nazas y Aguanaval. Estos ríos alimenten a la zona agrícola de la Comarca Lagunera, y a varias de las ciudades que allí se localizan, tanto en Durango (Gómez Palacio y Lerdo) como en Coahuila (Torreón, Matamoros y San Pedro de las Colonias).

Cuenca Río Nazas-Torreón (36A)

Tiene una superficie, de 2,705.76 Km^2. La mayor parte de esta cuenca está ubicada en el estado de Durango y su porción coahuilense abarca parte de los municipios de Torreón, Matamoros, San Pedro y Parras.

Tiene como subcuenca intermedia a Río Nazas-Santa Rosa (36AA). Las láminas de escurrimiento calculadas para la cuenca son de unos 20 a 50 mm anuales.

Cuenca Río Aguanaval (36D)

Con una superficie dentro del estado de 4,123.72 km^2, el escurrimiento en esta cuenca es menor que en la del Nazas, del orden de 10 a 20 mm anuales. Tiene

dentro del estado de Coahuila como subcuencas intermedias a Río Aguanaval-Nazareno (36DA) y Río Aguanaval-Presa Derivadora Sombreretillo (36DB).

Cuenca Lagunas de Mayrán y Viesca (36E)

Es a más amplia de la RH 36 con una superficie de 15,078.74 km^2. Corresponde a una región de cuencas cerradas las cuales están integradas básicamente por las lagunas de Viesca y de Mayrán. Se ubican dentro de esta cuenca localidades coahuilenses de importancia como Viesca y Parras de la Fuente. Tiene como subcuencas intermedias a las de la Laguna da Viesca (36EA) y la Laguna de Mayrán (36EB).

En la zona de estudio, debido a la muy escasa precipitación y la topografía predominantemente llana, los escurrimientos superficiales pueden considerarse nulos. Ya que los escurrimientos que anteriormente llegaban a la Laguna de Mayran, fueron represados en el vecino estado de Durango por lo que las actividades económicas y de la población dependen en gran parte de las aguas subterráneas.

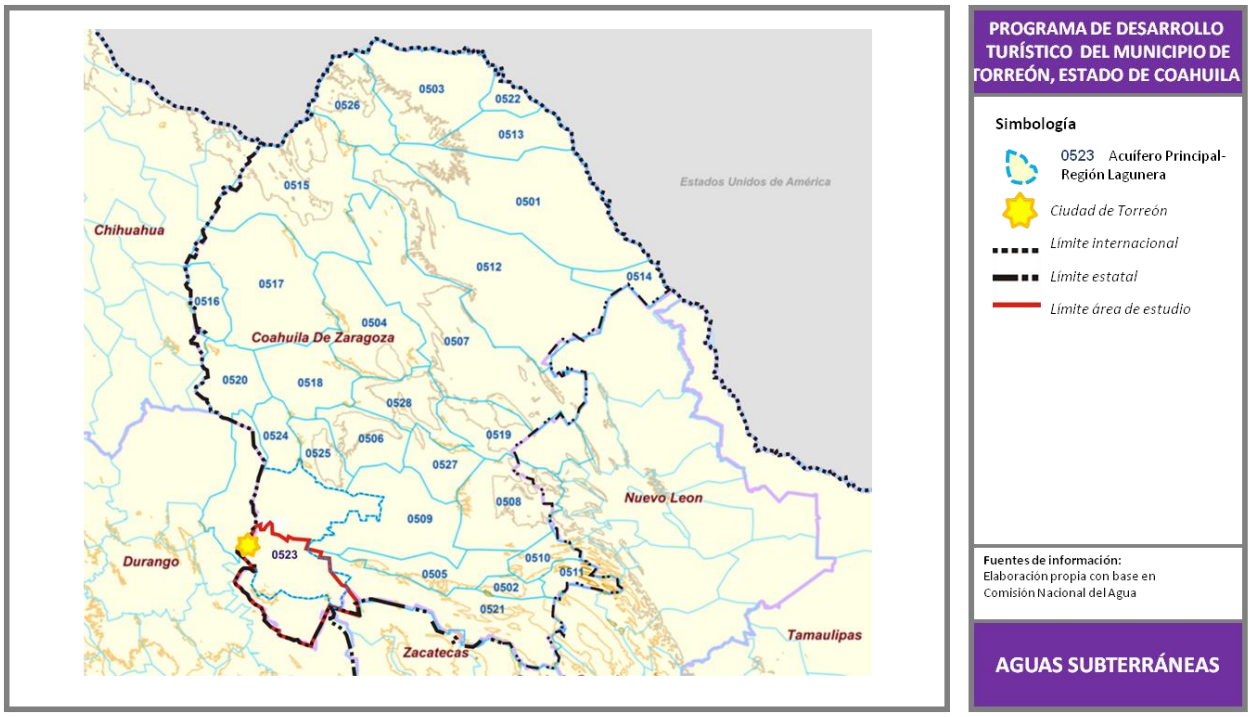
Aguas subterráneas

La Comisión Nacional del Agua (CONAGUA) clasifica al territorio del estado de Coahuila en 28 regiones geohidrológicas (ver mapa 8), la zona de estudio queda comprendida en su mayor parte en el acuífero 523 Principal que tiene una superficie de 14 548 km^2 y cubre la parte suroeste del estado de Coahuila y una pequeña porción del estado de Durango.

En la zona de estudio el clima es un factor determinante, pues la escasa precipitación y las altas temperaturas hacen que los recursos hidráulicos sean muy escasos, esto da como resultado que los acuíferos se recarguen lentamente, a pesar de la abundancia de rocas calizas las cuales son potencialmente formadoras de acuíferos

Sin embargo, la proliferación de captaciones, el aumento de los volúmenes de extracción y la reducción de las recargas del acuífero a consecuencia de la construcción de presas sobre los ríos Nazas y Aguanaval, han generado una de las zonas sobreexplotadas más evidentes del país. Los niveles del agua subterránea han descendido, en algunos sitios, hasta cerca de 100 m, lo que ha contribuido también al deterioro de la calidad del agua.

Ilustración 38 Agua Subterránea



De acuerdo con los criterios de CONAGUA para el cálculo de disponibilidad de aguas subterráneas se aplica la siguiente operación:

Disponibilidad media anual en una unidad hidrogeológica	= Recarga media anual	-Descarga natural comprometida	-Volumen anual de aguas subterráneas concesionado e inscrito en el REPDA

La disponibilidad de aguas subterránea se obtiene de restar al volumen de recarga total media anual, el valor de la descarga natural comprometida y el volumen de agua subterráneas concesionado e inscrito en el REPDA:

-132.32= 518.9- 0.0-651.22

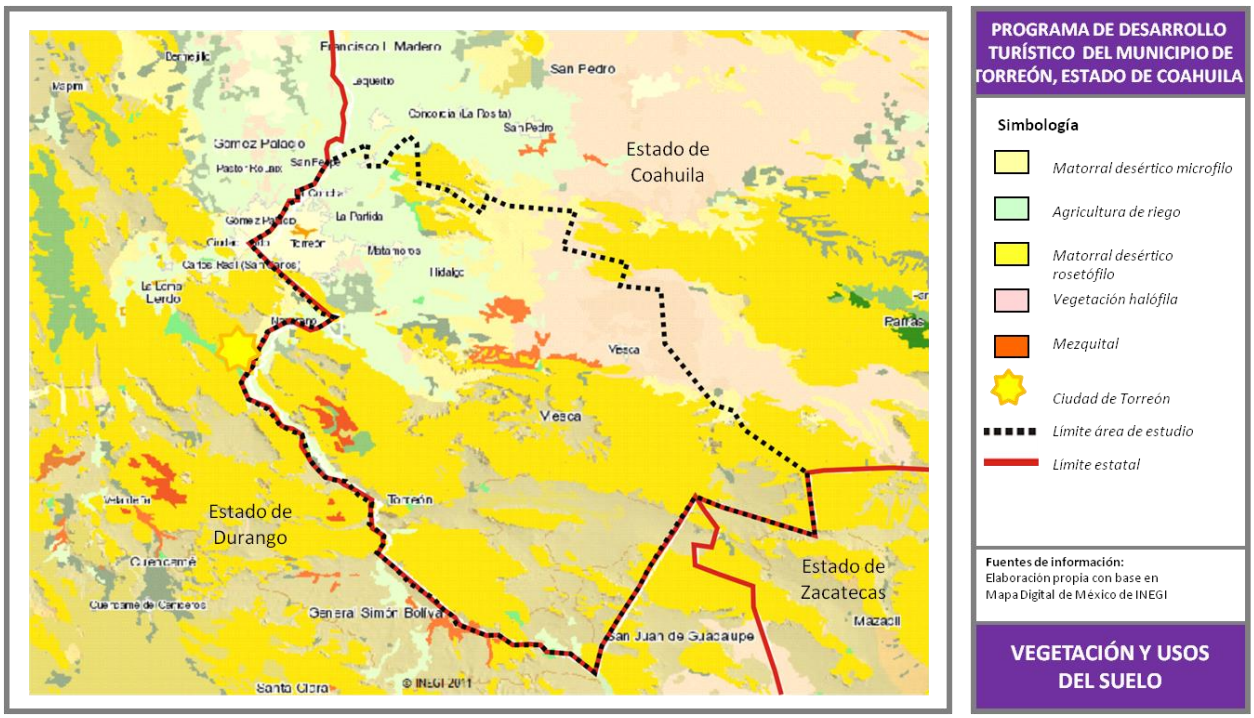
La cifra indica que no existe un volumen disponible para nuevas concesiones.

Vegetación y uso del suelo

La combinación de los factores orográficos, climáticos y edafológicas brinda a la zona de estudio un tipo vegetación especial propia de zonas muy secas

entre las que abundan los matorrales y los mezquitales como se puede ver en el siguiente mapa.

Ilustración 39 Vegetación y Usos



El matorral desértico micrófilo está dominado por arbustos, que en lo general no sobrepasan los dos metros de altura. Presentan algunas variaciones en cuanto a sus componentes: en los llanos y bajadas, están constituidos por gobernadora, huizache, ocotilla y mezquites principalmente. A alturas inferiores (por debajo de un metro y medio), se presentan gatuño y nopales además de gobernadoras y huizaches de menor desarrollo; los componentes de menor altura son cenizos, mariolas, hierbas del burro; sobresalen en cuanto a altura (alrededor de los cuatro metros) palmas y huizaches**.** Este tipo de vegetación se encuentra solo en la parte norte de la zona de estudio en forma de manchones aislados.

Como se han mencionado anteriormente gran parte de la actividad económica de la zona de estudio se basa en la agricultura en esta zona se siembra alfalfa, maíz, melón, rye-grass un tipo de zacate de gran importancia forrajera, sorgo, trigo, algodón y avena principalmente. Esta actividad se desarrolla principalmente en el municipio de Torreón y en menor medida en el municipio de Matamoros.

Matorral desértico rosetófilo este tipo de vegetación se encuentra dominado por especies con hojas en roseta, que se desarrollan sobre suelo someros de

cerros de origen sedimentario destacan entre sus componentes lechuguillas, sotoles y palmas de poca altura.

Algunos de los usos principales de este tipo de vegetación son la obtención de fibras vegetales útiles en cordelería y jarcería en general. Este es el tipo de vegetación más abundante en la zona de estudio, ya que por sus condiciones naturales soporta suelo con extremada salinidad y condiciones climáticas extremas. Es hábitat de numerosas especies de reptiles y algunas aves endémicas.

El mezquital es una comunidad dominada por individuos que superan los cuatro metros de altura. Esta comunidad vegetal es una de las más importantes en cuestiones ambientales ya que va a conservar el suelo y evita la erosión eólica que provoca tolvaneras al actuar como una cerca vivía y reducir el arrastre de partículas.

Protege el suelo ya que al ser una leguminosa lo fertiliza y capta nitrógeno ya que en sus raíces tiene unos nódulos que son bacterias fijadoras de nitrógeno, además al ser una especie maderable tiene mayor cantidad de biomasa y es mayor la cantidad de carbono que puede fijar con lo que se abate en gran medida la expulsión de gases de efecto invernadero.

El hecho de ser la única especie maderable de la región hace que sea utilizada desde tiempos inmemoriales para la producción de carbón vegetal, por medio del sistema de chaveteo que consiste en podar las ramas más bajas de los individuos evitando su crecimiento por lo que en pocos años el árbol muere, las demandas de carbón vegetal de negocios cercanos a las cabeceras municipales hacen que esta actividad sea muy socorrida entre la población por lo que esto ha generado una gran deforestación en la zonas serranas y el trastrocamiento de sistema natural, comenzando un proceso negativo ya que al eliminarse los mezquites se pierden capacidad de recolección de agua por medio de las raíces; tolvaneras al no existir cortinas naturales y aumento de gases de efecto invernadero ya que al quemar la madera el carbono se escapa aumentado su concentración en la atmosfera.

De acuerdo con la delegación estatal de la Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) otro importante factor de destrucción de los mezquites es el cambio de uso de suelo en zonas que antes eran mezquitales para la siembra y esto ha generado la pérdida de 1,185 ha de este recurso natural en solo un periodo de 10 años. De acuerdo con el INEGI en algunos municipios para el año de 1992 algunas manchones tenían extensiones de hasta 1,278 ha y por medio de fotografía aérea se puede constatar que en la actualidad han desaparecido.

Fauna

De acuerdo con García de la Peña et al (2007) en las dunas de Viesca habitan ocho especies de saurios de las especies *Uta stejnegeri, Uma exsul y Aspidoscelis marmorata* y son las más abundantes además la especie *U. exsul* (lagartija de arena de Coahuila) es endémica de este lugar, su distribución es puntual y debido a la reducción de su hábitat esta especie se encuentra en la categoría de sujeta a protección especial de la NOM-ECOL- 059-1994.

Además existen otros animales desérticos como víboras, culebras, correcaminos, halcones y coyotes.

Áreas Naturales Protegidas

Actualmente en la zona de estudio existe solo un área protegida en el municipio de Torreón, la cual se denomina Reserva Ecológica Municipal Sierra y Cañón de Jimulco (REM-SCJ). Dicha zona fue establecida por acuerdo de cabildo el 27 de junio de 2003.

Esta ANP comprende 44% del territorio municipal de Torreón lo que la convierte en la mayor superficie protegida a nivel nacional. Por sus características se enlaza con la figura de área de protección de flora y fauna de la Comisión Nacional de Biodiversidad (CONABIO). Puesto que en ella se encuentran especies vegetales como la noa (*Agave victoriaer-reginae*); la biznaga-palmilla de San Pedro *(Leuchtenbergia principis*); el maguey de parras (*Agave parrasana*) y la reina de la noche (*Peniocereus greggii*) entre las especies con estatus identificado.

En fecha reciente el gobierno municipal y organizaciones no gubernamentales se abocaron en la tarea de elaborar el Programa de Manejo de la REM-SCJ, para la elaboración de dicho documento se contó con la participación de profesionales adscritos World Wildlife Fund (WWWF) y el Grupo de Trabajo para la Protección de la Sierra de Jimulco.

Dicho documento busca ser el instrumento que norme el aprovechamiento ecoturístico de la REM-SCJ ya que se busca posicionar a esta área natural protegida como un centro turístico integral que fomente el conocimiento y participación de los recursos naturales y el entendimiento y sensibilización de los valores culturales de los pueblos del desierto.

Por otra parte la zona de dunas de Viesca y Bilbao, ha sido sede de varias investigaciones de instituciones de educación superior como la Universidad

Autónoma de Nuevo León, la Universidad Juárez del Estado de Durango y el Instituto de Ecología A.C Centro Regional Chihuahua.

En la actualidad existe la propuesta de que la zona sea declarada santuario natural por encontrarse en ella la lagartija de arena de Coahuila y por la presencia de especies, subespecies y hábitats de distribución restringida y de esta manera asegurar la sustentabilidad de este recurso natural.

1.2. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DEL POTENCIAL DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS.

En el municipio de Torreón y su zona de influencia, la cual refiere a los municipios de Viesca, Matamoros y Francisco I. Madero; existen áreas culturales y naturales aprovechadas para el desarrollo de la actividad turística.

Ilustración 40 Zona de Influencia

Ciudad	Km
Matamoros	27.00
Viesca	73.80
Francisco I. Madero	32.00

Actualmente se cuenta con un importante acervo de atractivos culturales y naturales, los cuales de manera independiente o bien integrada a un circuito, ruta y/o recorrido, han impulsado la actividad turística de la región.

Entre los atractivos culturales y recreativos destacados de Torreón y su zona de influencia podemos mencionar los siguientes:

Tabla 9 Atractivo de las Zonas de Influencia.

Municipio	Atractivo

Torreón	Plaza de Armas
	Casa Histórica Arocena
	Canal de la Perla
	Teatro Isauro Martínez
	Teatro Nazas
	Museo de la Revolución / Casa Colorada
	Museo de los Metales de Peñoles
	Museo Arocena /Casino de la Laguna
	Museo Regional de La Laguna
	Museo Histórico de la Ciudad “Casa del Cerro”
	Museo del Ferrocarril
	Museo de la Moneda
	Museo del Algodón
	Museo de Cera
	Complejo Turístico Religioso “Cristo de las Noas”
	Catedral del Carmen
	Estadio Corona
	Alameda Zaragoza
	Bosque Urbano
	Bosque Venustiano Carranza
	Parque Los Fundadores
	Sierra y Cañón de Jimulco
	Club de Golf los Azulejos
	Campestre Torreón – campo de golf
	Club Campestre Montebello - campo de golf
Viesca	Ex Hacienda de Santa Ana de Hornos y Capilla de Santa Ana
	Plaza principal
	Parroquia de Santiago Apóstol
	Presidencia Municipal
	Casa de Hidalgo
	Casa Juárez
	Museo de Arte Sacro
	Museo Municipal “Gral. Jesús González Herrera”
	Dunas de Bilbao
	Centro Recreativo Juan Guerra
Matamoros	Plaza principal
	Templo de Nuestra Señora del Refugio
	Cueva del Tabaco

	Recinto Casa de Juárez
	Museo Juarista
Francisco I. Madero	Templo del Sagrado Corazón
	Dunas de Acatita

Además, de acuerdo al Catálogo de Monumentos Históricos del Instituto Nacional de Antropología e Historia, Coahuila cuenta con un universo estimado de 945 registros. En el caso de Torreón se tienen registrados un total de 81, por su parte Viesca cuenta con 22, Matamoros con 37 y Francisco I. Madero con 8.

Parte de este patrimonio histórico, arquitectónico y artístico, tienen ya una función cultural y recreativa operable, sin embargo, el resto de ellos representa una gran oportunidad para llevar a cabo acciones que conlleven al rescate, conservación y uso de los inmuebles, los cuales revisten un valor histórico para la ciudad.

Por lo que respecta a los atractivos naturales, destaca la zona de la Reserva de la Sierra y Cañón de Jimulco, la cual se constituye en el principal atractivo natural, con posibilidades de aprovecharse para el desarrollo de diversas actividades relativas a los segmentos de turismo de aventura y ecoturismo. A ella se suman las Dunas de Bilbao en Viesca, así como las Dunas de Acatita en Francisco I. Madero, que igualmente constituyen un atractivo importante.

Ilustración 41 Panorámica de la Sierra de Jimulco.

La Sierra y el Cañón de Jimulco forman parte del Desierto Chihuahuense, uno de los desiertos más elevados del mundo; esos puntos con mayor altura integran las llamadas Islas del Cielo, cubiertas por bosques de coníferas, que contrastan con las cactáceas, pastizales y matorrales. El Cañón de Jimulco tiene una longitud aproximada de 40 kilómetros por 10 de ancho en su parte más ancha. Se forma en el lado norte por la sierra del mismo nombre, y hacia el sur por una parte de la Sierra El Jaguey y los cerros la Angostura y Esperanza Prieto.

Las faldas de la sierra y su parte media ofrecen gran cantidad de especies, algunas endémicas, señalándose por su riqueza y variedad de cactáceas, el matorral xerófilo y otras especies de nuestros desiertos. En el picacho más alto, cuya altura es de 3,100 metros sobre el nivel del mar, el clima cambia. La humedad permite variedades de helechos, madroños y para mayor sorpresa abundantes encinos y piñoneros. Es muy probable que las emanaciones de esta humedad contribuyan en el surtimiento de varios manantiales perennes que en la sierra afloran. La altura del cerro llamado El Picacho o El Centinela por los lugareños, es única en la Región Lagunera, produciendo un efecto isla digno de estudio y conservación al igual en las partes medias y bajas tan diferentes y ricamente dotadas biológicamente.

El atractivo principal lo constituyen los diversos cañones que se encuentran en la zona, aprovechados por la población local para pasar unos días en contacto con la naturaleza. Entre las instalaciones con las que se cuenta, se encuentra el Museo La Flor de Jimulco, a cargo de Sierra y Cañón de Jimulco, A.C.

Los problemas que se tienen en la Reserva, son la falta de coordinación entre los diversos organismos gubernamentales y asociaciones, para llevar a cabo las acciones que permitan la conservación y aprovechamiento de la misma, así como los conflictos entre los diversos grupos y actores involucrados. Por otra parte, la reserva también se ve amenazada por los incendios causados de forma imprudencial que ponen en peligro su conservación. Cabe destacar que se cuenta con el Reglamento de la Reserva Ecológica Municipal Sierra y Cañón de Jimulco, así como un reglamento para el Consejo Asesor, mientras se carece de un programa de manejo.

Por otra parte, las Dunas de Bilbao son formaciones de arenas finas parecido a los del Norte de África o Medio Oriente, que se ubican a aproximadamente 50 minutos de la ciudad de Torreón. Su atractivo consiste en el paisaje desértico que ofrecen propio para la fotografía, así como para la realización de diversas actividades recreativas y de contemplación de la naturaleza.

Ilustración 42 Panorámica de las Dunas de Bilbao

Ilustración 43 Dunas de Bilbao.

Los segmentos turísticos con alto potencial a desarrollarse en base a este acervo de atractivos, aunados a la amplia infraestructura turística y de servicios que ofrece la ciudad de Torreón, son: turismo de reuniones, turismo cultural, turismo religioso, turismo gastronómico, ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural, turismo para todos (social) y turismo de salud.

1.3. EVALUACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA DE LA OFERTA DE HOSPEDAJE DEL DESTINO.

Torreón registra una ocupación hotelera promedio entre el 60% y 77% en los hoteles ubicados en el bulevar Independencia, Periférico Raúl López Sánchez, Revolución, Zona Centro y Paseo la Rosita, en cuanto a la afluencia de turistas y gente local en restaurantes, es superior al 60 por ciento en general y para la Zona Dorada, que la conforman, la calle Cobián, Independencia y Senderos, permanecen al 80 por ciento en las noches, según números de la CANIRAC, en poder de la Dirección de Turismo Municipal.

Torreón posee el 14.8% de los establecimientos a nivel estatal y el 28.1% de los cuartos, equivalente a 3,063 cuartos. El número de hoteles por categorías se describe de la siguiente manera:

- Hoteles de 5 estrellas : 6
- Hoteles de 4 estrellas: 11
- Hoteles de 3 estrellas: 14

El gasto de los turistas de Torreón de acuerdo a la información de los propios hoteles tiene un promedio de acuerdo a su estadía de la siguiente manera:

- Un día $1,200 pesos por motivo de negocios.
- Cuatro a cinco días por motivos de placer de $4,000 pesos.

1.4. OFERTA COMPLEMENTARIA.

Oferta gastronómica.

A) Oferta gastronómica.

Torreón cuenta con una gran diversidad de platillos que muestran la riqueza gastronómica de la cocina coahuilense. Actualmente, según datos proporcionados por la CANIRAC Torreón, se cuenta con 103 establecimientos.

Sin duda alguna, la principal especialidad en esta ciudad son los platillos típicos norteños, elaborados a base de finos cortes ya sean de res, ternera y/o cabrito. Algunos de los restaurantes que se caracterizan en este tipo de platillos son: La Garufa, El Steak Palenque, La Majada y el Rincón del Bife, por mencionar algunos.

Otro platillo típico de la región sin duda alguna es la tradicional Reliquia, cuya singularidad consiste en un asado de puerco muy condimentado y cocido en cazo, acompañado por siete sopas diferentes. Por lo regular este platillo típico se sirve en fiestas patronales, como el día de la Santa Cruz, durante las fiesta de San Isidro Labrador, el día de la Virgen de Guadalupe o durante la conmemoración de San Judas Tadeo. También es común degustarla en fiestas familiares, bodas, cumpleaños y bautizos.

Así mismo, la pollocoa es considerada como una comida típica para los fines de semana en reuniones familiares y amigos, la cual consiste en pollo asado al carbón, adobado con puré de tomate, mantequilla, vino blanco, pimienta, ajo y sal al gusto. En esta ciudad abundan también los sitios donde se ofrecen tortas de carnitas de puerco y gorditas de harina rellenas de diferentes guisos.

Por otra parte Torreón evoca a la cocina internacional, ya que en esta ciudad se registran importantes asentamientos de colonias extranjeras, por lo cual es

común encontrar restaurantes donde se ofrece platillos chinos, japoneses, libaneses, argentinos, italianos, españoles y brasileños.

Los dulces de leche con nuez, son típicos en la región y siempre resultarán una exquisitez que dará por terminada una buena comida. Además de estos, también es común encontrar otros postres como el queso de piñón, cajeta de membrillo, y las greñudas, que son dulces de coco bañados con leche quemada y endulzada.

En Torreón también es posible degustar los deliciosos mamones de Viesca, que son unos panes de harina integral hechos en horno de leña, los cuales después de reposar por algunos días, son bañados en un almíbar rojo. Cabe señalar que su nombre se debe a la consistencia porosa del pan que lo vuelve absorbente.

Agencias de viajes receptivas.

En el municipio de Torreón existen 30 agencias de viajes, siendo la mayor parte de estilo minorista y únicamente dos en clasificación de operadora. Es importante mencionar que dichos establecimientos no se dedican específicamente a la venta del destino de Torreón, por el contrario ofrecen viajes desde el Municipio antes mencionado hacia otros destinos.

A continuación se presenta el concentrado, proporcionado por la Secretaría de Turismo del Estado de Coahuila, de las agencias de viajes que cuentan con el Registro Nacional de Turismo, el cual es tramitado ante la Secretaría de Turismo Federal.

Tabla 10 Concentrado de Agencias de Viajes dentro del Registro Nacional de Turismo

Agencia	Clasificación	Dirección	Colonia	Teléfonos
DE LA MORA VIAJES	MINORISTAS 305080138000	AVE. HIDALGO #436 PTE.	CENTRO	8717121436
NEPTUNO TOURS	MINORISTAS	BLVD. CONSTITUCION #847 PTE.	CENTRO	8717160150 8717162788
PATRI-MEX	MINORISTAS 305030209500	BLVD. CONSTITUCION #175 OTE.	CENTRO	8717161179 8717161189 193 56 00 AL 02
TURISMO SILVEYRA	MINORISTAS	BLVD. ARMANDO DEL CASTILLO FRANCO 605-B	PARQUE INDUSTRIAL LAGUNERO	8717194300 8717194200

VIAJES CESAR	MINORISTAS	MATAMOROS 60 PTE	CENTRO	8717166868
VIAJES COAHUILA	MINORISTAS 4002507	ABASOLO OTE NO. 345	CENTRO	8717222220
VIAJES FOBOS	MINORISTAS	AV. CENTRAL 1310-1	TORREON JARDIN	8717138858
VIAJES INTERLAG, S.A. DE C.V.	MINORISTAS 4002868	AV. MATAMOROS 856 PTE.	CENTRO	8717166584 8717166586
VIAJES MARNIC	MINORISTAS	DEGOLLADO 142 SUR	CENTRO ZONA ROSA	8717164590
VIAJES NORMAR	MINORISTAS 305080591400	FELICIANO COBIAN NO. 121 PLANTA BAJA	COL. LOS ANGELES	8717220282 8717220848
VIAJES TUEME, S.A. DE C.V.	MINORISTA 4001418	AVE. MORELOS 145-B OTE.	CENTRO	8717110433
FLY TRAVEL TORREON	OPERADORA 4012481	GONZALEZ #112, AMP. LOS ANGELES	AMPLIACIÓN LOS ANGELES	8717111941
TURIMAR	MINORISTA 4013022	GALEANA 211 SUR	CENTRO	871 716 82 80
VIAJES KAVELARIS, S.A.	MINORISTAS 04050350071	BOULEVARD CONSTITUCIÓN OTE. 745-D	LAS MARGARITAS	871 717 33 35 871 717 23 34
PROMOTORA DE TURISMO Y DIVERSIÓN	OPERADORA 04050350072	AV. CORREGIDORA 2130 OTE.	CENTRO	871 713 78 96 871 315 77 75
VIAJES TURISMO Y RECREACIÓN, S.A. DE C.V.	MINORISTA	AV. JUÁREZ 1998-A	CENTRO	871 713 13 52 871 722 54 22 871 793 07 79 871 713 13 56
ALMEIDA VIAJES TORREÓN	MINORISTA 4013382	BOULEVARD INDEPENDENCIA 1121-7	CENTRO	
INFINITY TURISMO	MINORISTA 4013009	CIPRESES 530	JARDINES DE CALIFORNIA	

Oficinas de información.

Dirección de Turismo Municipal a través de los módulos de información ubicados en los principales puntos de la ciudad como el Centro Histórico, Central de Autobuses, museos, etc. Reparten al turista en trípticos la información histórica y cultural con la que cuenta la ciudad.

Guías turísticos.

Actualmente no se tiene el dato sobre el número de guías turísticos en Torreón.

Actualmente no hay registro de empresas de turismo especializado en Torreón.

Servicio de Transporte turístico.

El servicio de transporte turístico es proporcionado por los diferentes prestadores de servicios del municipio de Torreón, entre los que se encuentran: hoteles, líneas de taxis, renta de unidades de transporte y las líneas de autobuses comerciales.

En cuanto al transporte que proporcionan los hoteles del destino, la mayoría de ellos únicamente brindan el servicio de traslado aeropuerto – hotel – aeropuerto, sin embargo depende de la categoría del hotel y del huésped. Algunos de los hoteles que ofrecen el servicio de transportación básico son: Hotel Real Inn by Camino Real, Hotel Holiday Inn Express, Hotel Crowne Plaza Torreón Centro de Convenciones, Hotel Fresno Galerías y Hotel Homewood suites by Hilton.

También existen líneas de taxis como: Mandarinas, Ecotaxi de la laguna, Ecotaxi cocodrilos, Radio taxi Águila, Radio taxi amarillos, Sitio de autos central de autobuses, Sitio de autos paraíso, Sitio estación del Ferrocarril, entre otros. Todas las líneas mencionadas anteriormente trabajan a petición del cliente, bajo los horarios que la gente lo demande y sobre la ruta o recorrido que le soliciten. El número de estaciones y unidades que brindan el servicio tanto a locales como visitantes es muy amplio.

Torreón cuenta con diversas líneas de autobuses que operan en el destino. Las más comunes entre los viajeros son: Autobuses de la Laguna, Autobuses Chihuahuenses, Coahuilenses, Autobuses Parras Torreón, Futura, Estrella Blanca, Ómnibus de México y Senda Turistar Lujo (ETN). Además algunos

prestadores de servicio de transporte como son: Autobuses Coahuilenses, Transportes Astrotur y el Sr. Filiberto Islas Pimentel tienen el servicio de renta de autobuses y sprinters para realizar viajes personalizados a diferentes destinos del país.

Como parte de los servicios turísticos que se proporcionan en el destino están los tranvías los cuales tienen diferentes recorridos, siendo el más conocido de ellos el que se lleva a cabo dentro del centro histórico de Torreón. Dicho recorrido inicia y termina en la Alameda Zaragoza, teniendo horarios itinerantes de acuerdo al día y la temporada de visita.

Oferta comercial susceptible de interés turístico.

El destino turístico de Torreón cuenta con varios centros comerciales, los cuales son visitados constantemente tanto por los habitantes como por los visitantes. Dichos establecimientos ofrecen una diversidad de instalaciones y servicios que brindan la oportunidad al cliente de complementar su experiencia en el destino.

En la tabla siguiente, se presentan los datos más relevantes de las plazas más conocidas o visitadas:

Tabla 11 Descripción de Plaza de mayor relevancia

Centro Comercial	Dirección y Teléfono	Servicios o instalaciones
Galerías Laguna	Dirección: Periférico Raúl López Sánchez 6000, El Fresno, 27019 Torreón, Coahuila de Zaragoza. Teléfono: 01 871 750 7955	Área de estacionamiento, área de comida, área de baños, Cinépolis, hotel, restaurantes como las Alitas y Héroes, Liverpool y Sears.
Plaza Comercial Cuatro Caminos	Dirección: Prolongación B. Independencia 1300, 27100 Torreón, Coahuila. Teléfono 01 871 722 5811	CIMACO, Cinépolis, área de comidas, estacionamiento y área de baños.

Intermall Laguna	Dirección: Intermall Laguna Calzada José Vasconcelos 1955 Residencial Tecnológico, Torreón Coahuila. Teléfono: (871) 7 57 31 31	Cinemex, Hotel Hilton Garden, restaurante Costeñito, bar, estacionamiento y área de baños.
Plaza San Isidro ***Muy cerca de Plaza Cuatro Caminos.***	Blvd. Independencia 1121. Col. Granjas San Isidro Torreón.	Bar Meneos, restaurante Apple Bee's, banco. Al lado hay un hotel Fiesta Inn y enfrente un Hipermart y un Burger King.
Plaza San Luciano	Dirección: Blvd. Independencia 2600, La Estrella, Torreón. Teléfono:01 871 747 9160	Locales de ropa, accesorios, etc., establecimiento de Blockbuster y un Antro.
Plaza Saltillo 400 ***Plaza comercial con pocos locales en la parte de afuera.***	Dirección: Calzada Saltillo 400 Torreón, Coahuila.	Servicio de Paquetería y Estafeta, entre otros.
Mercado Juárez	Dirección: Col. Ana, Torreón, Coahuila de Zaragoza	Venta de frutas, verduras, abarrotes, dulces típicos, comidas.

Artesanías y espectáculos nocturnos, etc.

Torreón no cuenta con un registro del número de establecimientos en artesanías y espectáculos nocturnos.

1.5 FACTOR HUMANO. (FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN)

El nivel de escolaridad en Torreón tiene indicadores superiores a los registrados a nivel estatal y nacional, y niveles de deserción menores al promedio nacional. Cuenta con muy poco calificado en el rublo turístico.

Gracias a instituciones educativas, universidades donde se imparten cursos para el sector turístico, por mencionar algunas. Se impartieron pláticas y conferencias a estudiantes de las carreras relacionadas con el Turismo.

Los temas expuestos fueron:

- Turismo Sustentable en México,
- Atractivos Turísticos de la Región,
- Patrimonio Turístico de Torreón y Coahuila,
- Ecoturismo en la Laguna,
- Problemática actual del Turismo en Torreón y
- Derrama Económica del Turismo en nuestra ciudad.

Los cursos y pláticas se otorgaron directamente en las Instalaciones de las universidades Autónoma de la Laguna, Iberoamericana, del Valle de México, Autónoma del Noreste, Autónoma de Durango y en el Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos.

En el sector turístico la percepción por parte de los interesados ya sean estudiantes o personal que labora en hoteles y prestadores de servicio la percepción de la buena calidad de esta situación que se puede medir por el número de personas que asisten a los eventos y que en su mayoría salen satisfechos al término de estos.

Ejemplo de ello son el programa distintivo M y el interés por el conocimiento acerca de la importancia de la capacitación de las empresas en el servicio y en el sector turístico.

La capacitación y certificación para los diferentes sectores turísticos ha sido adecuada cuantitativa y cualitativamente, sin embargo no se ha logrado la certificación adecuada de los estudiantes y empleados que han asistido a ellos.

1.6 MARCO INSTITUCIONAL, NORMATIVO Y ASOCIATIVO.

Las leyes, planes y programas federales, estatales y municipales que regulan al sector turístico de Torreón actualmente están fundamentadas en: La normatividad ambiental (Planes y programas en materia de educación ambiental), Acciones de conservación del Patrimonio, Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado y Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico y el Ordenamiento ecológico territorial decretado

Asociaciones y organizaciones Turísticas:

- CONCANACO SERVYTUR (Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo)
- CANIRAC (Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados)
- CANACOTO (Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de Torreón)
- AMHM Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles

Estas normatividades son las que regulan el sector turístico de Torreón actualmente, con las particularidades de cada una de ellas.

1.7 ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

El Municipio de Torreón cuenta con una infraestructura terrestre y aérea de calidad para la movilidad del turista local y foráneo.

Terrestre.

Se llega a Torreón vía terrestre por medio de 3 carreteras que llegan desde Saltillo, Monterrey, Durango y Chihuahua. Además tiene gran conectividad con la zona de influencia a través de las carreteras 30 (Francisco I. Madero – San Pedro) y 40 (Matamoros y Viesca).

Ilustración 44 Rutas Carreteras.

Aéreo.

El Aeropuerto Internacional Francisco Sarabia, es el más importante en el estado de Coahuila, México, teniendo vuelos nacionales e internacionales. Además en este aeropuerto se maneja el tráfico aéreo de la Zona metropolitana de La Laguna y Ciudad Lerdo en el estado de Durango.

En el aeropuerto de Torreón operan aerolíneas tanto nacionales como internacionales, siendo las nacionales: Aeroméxico, Interjet y Viva Aerobús y las internacionales: American Airlines y Continental Airlines. A través de las seis aerolíneas antes mencionadas se puede tener conexión aérea con destinos como Houston, Dallas, Ciudad de México, Guadalajara, Hermosillo, entre otras.

Necesidades de Conexión.

Torreón no cuenta con servicio de transporte turístico de pasajeros por vía férrea, es una carencia que se tiene a la fecha.

1.8 INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

Torreón cuenta con una infraestructura de servicios públicos urbanos acorde a las necesidades actuales de la población y adecuadas para el sector turismo.

Energía.- El suministro de energía en el Municipio de Torreón no tiene problema alguno gracias que cuenta con dos plantas generadoras de electricidad ubicadas en Gómez Palacio. La primera planta llamada Laguna 1 y 2 y la segunda planta generadora llamada Planta Gómez Palacio.

Suministro de agua.- El 80% de la población cuenta con el servicio de agua potable y alcantarillado.

Residuos Sólidos.- Los desechos sólidos son depositados en el relleno sanitario intermunicipal. Los hoteles realizan su propia recolección de residuos sólidos.

Servicios Sanitarios.- El Municipio se cuenta con el servicio de basura, atendiendo las normas correspondientes para el depósito final de residuos sólidos urbanos, se dispusieron en el relleno sanitario, más de 170 mil toneladas de residuos, además de los derivados de los trabajos de poda y

limpieza de áreas verdes que arrojan más de 3,000 toneladas anuales. Se cuenta con el equipo suficiente para lograrlo.

Tabla 12 Recolección y depósito de la basura a Septiembre 2013.

Recolección y depósito de la basura a Septiembre 2013	
	Cantidad
Recolección y disposición de basura en relleno sanitario (toneladas)	111,611
Barrido Manual (Km Lineales)	128,374

(Gobierno Municipal de Torreón 2013)

Seguridad.- La percepción de la población en el destino turístico de Torreón es que la vigilancia y seguridad no es suficiente en los sitios públicos y turísticos, particularmente en el Centro Histórico.
Referencias:
(Electicidad, 2011)
(Torreon, 2013)

1.9 PROTECCIÓN DEL TERRITORIO Y DEL PAISAJE.

El Municipio de Torreón ha llevado a cabo actividades de regulación, regresión y restauración de la calidad del medio ambiente urbano y del cuidado de la Reserva, para lo cual ha establecido con base en las propuestas de los programas federales; “Agenda Desde lo Local”, “la Carta de la Tierra” y el “Plan de Desarrollo Municipal”, la consecución de los principales programas Torreón Verde y Reservas Ecológicas.

Lo anterior, mediante el seguimiento de cuatro líneas de trabajo, enmarcadas en los ejes de la política pública del Municipio, que son; **el manejo sustentable y la restauración de recursos naturales**; **la regulación y disminución de la contaminación ambiental**; **la reducción y disposición adecuada de residuos sólidos** y la **educación ambiental.** En cada una de las líneas de trabajo se capacitara para informar, promover y organizar la intervención ciudadana en estos procesos de origen y solución colectiva. Estos programas iniciaron desde el 2010.

Derivada de la contingencia ambiental presentada en el 2011, se sostuvo el avance de reforestar, teniendo como meta los 15 mil árboles para el 2013,

misma que ya fue reforestada reponiendo la cubierta verde dañada y continuando en la concientización de la ciudadanía sobre el uso de plantas nativas más resistentes a las condiciones del ambiente local.

En esta campaña realizada en el 2013, se alcanzó la cantidad de 16,925 árboles donados; 15,925 entregados por Medio Ambiente Municipal y mil más por el equipo profesional de béisbol Vaqueros Laguna, que se sumó a esta gesta ambiental.

Uno de los planes y programas contemplados en materia ambiental para la Comarca Lagunera es el Programa para la mejora de la calidad del aire en la región (ciclo 2010-2015), (ProAire Comarca Lagunera), realizado por el Gobierno del Estado de Coahuila junto con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT). También se cuenta con un laboratorio móvil para llevar a cabo campañas específicas de monitoreo ambiental en las ciudades de Torreón y Matamoros, lo cual complementa la información que se genera en las estaciones fijas de monitoreo.

La Dirección Municipal del Medio Ambiente lleva a cabo, anualmente, una campaña llamada “A limpiar el mundo, limpiemos Torreón” con jornadas intensivas de limpieza en los centros educativos con colaboración de grupos de estudiantes y maestros. Así como campañas para respetar y cuidar el medio ambiente en la que participan el Ayuntamiento y empresas privadas locales.

En relación a la educación para el manejo sustentable de los recursos naturales se brindaron más de 15 cursos de educación ambiental, así como 20 talleres, 12 conferencias y ocho mesas de trabajo referentes a los temas Biodiversidad y manejo de recursos, registrando una participación total de 3,210 personas.

Ilustración 8 Localidades Rurales

1.10 PROTECCIÓN AMBIENTAL.

El municipio de Torreón cuenta con reglamentos que regulan su patrimonio en todos los ámbitos, sean reservas naturales, patrimoniales, históricas o culturales. Uno de estos reglamentos es el Reglamento de Protección Y Conservación de los Edificios y Monumentos que Integran el Patrimonio Cultural de Torreón, Coahuila (Gaceta 7 / 5 De Abril De 1996) (Sin fecha de vencimiento), siendo el otro el Reglamento De Protección y Conservación de los Edificios y Monumentos que Integran el Patrimonio Cultural de Torreón, Coahuila (Gaceta 7 / 5 De Abril De 1996) **(**Sin fecha de vencimiento).

En Torreón se cuenta con un Plan de Ordenamiento Ecológico derivado en el que el municipio enfrenta problemas que afectan su desarrollo turístico, como el deficiente servicio de transporte, la falta de promoción al ecoturismo y el deterioro del Centro Histórico.

Sus áreas protegidas identificadas son: Sierra y Cañón de Jimulco, Cañón de la Cabeza y el Realito.

En ese sentido los ejes de política pública y las líneas de acción para los temas referidos del Municipio son:

1. **Manejo sustentable y restauración de recursos naturales**;
2. **Regulación y disminución de la contaminación**;
3. **Reducción y disposición adecuada de residuos sólidos y**
4. **Educación ambiental**

1.11 MERCADOS.

Torreón tuvo un flujo de 146 mil 740 visitantes en 553 eventos realizados durante el año (32% de la afluencia).

Sin embargo no se cuenta con información relacionada a la procedencia.
Semana Santa 2011:

- 20 mil visitantes al Cristo de las Noas.
- 4 mil atenciones en los módulos de turismo.
- 5 mil visitantes a Jimulco.

El 80% de los turistas que visitan el destino está enfocado a los negocios.

Cada hotel dentro del destino realiza sus propias encuestas las cuales son de orden confidencial.

El Turismo con motivos de placer, conforma entre el 10 y 20%.

Para la diversificación del segmento del mercado se contempla:

- Crear esquemas y mecanismos de financiamiento para fortalecer el sector turístico y sus empresas.

- Promover la inversión pública y privada en proyectos detonadores y estratégicos en los destinos y regiones.

- Impulsar convenios cooperativos de promoción con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM).

- Celebrar convenios de colaboración con el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) para el desarrollo de planes y programas de desarrollo turístico.

- Promover la ejecución y continuidad de los Programas de Desarrollo Turístico Regional, en conjunto con municipios, dependencias estatales y agentes del sector.

1.12 PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN.

Las acciones promocionales que ha realizado las Secretaría de Turismo de Coahuila en colaboración con la Oficina de Convenciones y Visitantes de Torreón (OCV) y en convenio con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), en los últimos dos años, han impactado en el incremento de noches cuarto en aproximadamente un 30%, de acuerdo a la información de la Asociación de Hoteles y Moteles de Coahuila y del sistema estadístico DATATUR de la Secretaría de Turismo Federal. Los medios que han mostrado mayores impactos son los medios electrónicos.

En Torreón y en general el Estado de Coahuila, el uso de las redes sociales como Twitter *(ej. @sedetur_coah, @desarrolloectrn),* Facebook *(ej. turismocoahuila)* e Instagram *(ej. turismocoahuila)* y el uso de páginas de internet *(ej. http://www.sedeturcoahuila.gob.mx/, http://www.ocvlaguna.com.mx/),* como elementos de promoción e información,

por su impacto global y agilización, se plantean como imprescindibles para la promoción y difusión del turismo regional. Este método es utilizado por los propios hoteles, restaurantes, lugares turísticos, por el Ayuntamiento de Torreón, por la Dirección de Turismo Municipal, así como las propias compañías que requieren comercializar sus productos.

1.13.- COMERCIALIZACIÓN.

El municipio de Torreón cuenta con la Dirección de Turismo Municipal la cual brinda atención a los programas y planes estatales y municipales así como a los programas de la Secretaria federal que es FONTUR estatal, SECTUR y asistencia al turista local y foráneo.

La coordinación de los niveles de gobierno se da en la base del Plan Nacional de Desarrollo El Plan de Desarrollo Turístico Estatal 2011-2017 por parte del gobierno estatal. El Plan de Desarrollo Municipal de Torreón y el Programa de Desarrollo Turístico de Torreón que actualmente están vigentes y llevándose a cabo. Los tres niveles de gobierno trabajan también con las cámaras locales de CONACINTRA, CANACO, CANIRAC, CONACOPE, así como empresarios dedicados al sector turístico. Hoteles, restaurantes, bares, agencias de viajes.
La sociedad de Torreón siempre ha sido muy participativa en eventos realizados ya sea por el Ayuntamiento de Torreón, la Dirección de Turismo Municipal o Estatal, la Dirección de Desarrollo Urbano, la Dirección de Ecología, así como de las empresas privadas que lo realicen.

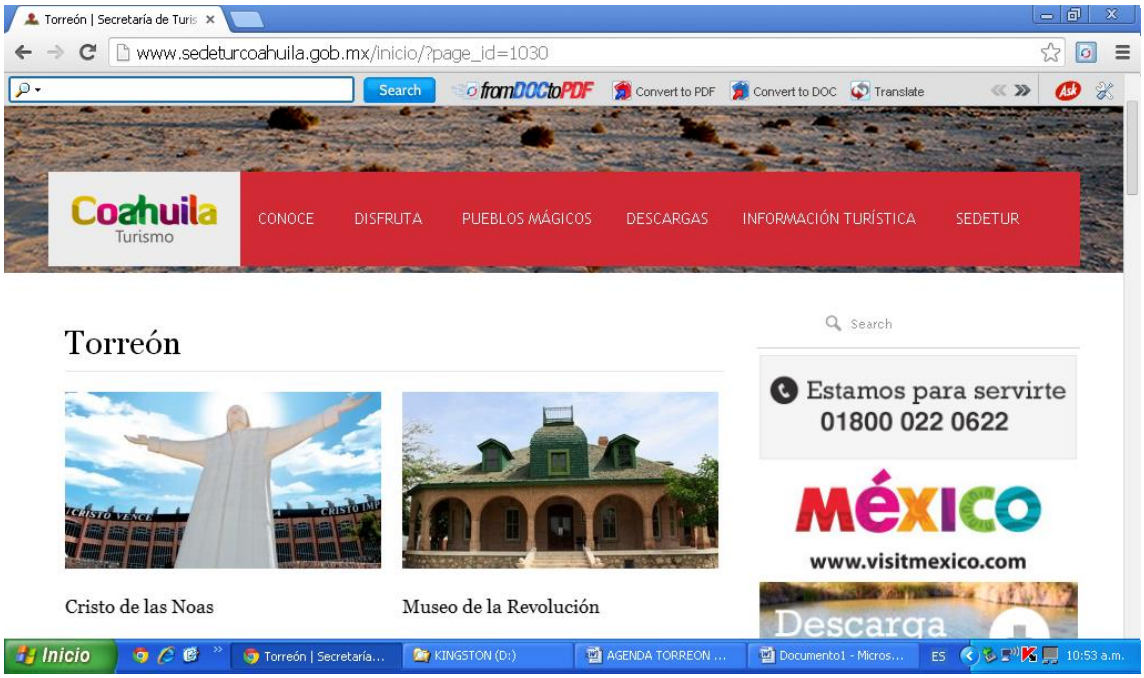
1.14.- TIC'S DISPONIBLES Y UTILIZADAS.

Torreón cuenta con varios portales de internet a nivel municipal y el programa llamado Data Tur servicio en la utilización de la tecnología de Internet como su interfaz de comunicación, por lo que sólo es necesario un navegador sobre un equipo.
TIC´s

- http://www.sedeturcoahuila.gob.mx/
  De la Secretaria de Turismo Estatal cuenta con información de atractivos y circuitos a realizarse en Torreón

- http://www.torreon.gob.mx/
  Del Municipio de Torreón cuenta con información General del Municipio y su actividad

Ilustración 45 Municipio de Torreon web.



- http://www.ocvlaguna.com.mx/
  De la oficina de convenciones y visitantes cuenta con información relevante del destino como hoteles, restaurantes, museos, sitios de interés entre otras.

Ilustración 46 Oficina de Convenciones y Visitantes

- http://coahuilamovil.com/
  De la Secretaría de Turismo del estado versión móvil de fácil navegación en smart phones y tablets

Ilustración 47 Secretaria de Turismo del Estado Versión Móvil

Mediante la instalación de módulos en distintos puntos de la ciudad, en los que se brinda información acerca de los sitios emblemáticos, como museos, plazas y pueblos mágicos.

Ubicación de Módulos:

- Aeropuerto Internacional Francisco Sarabia
- Módulo de Información Plaza Mayor
- Módulo de Información Museo Arocena

2.- FODA

ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS DEL DIAGNÓSTICO.

Debido a la falta de desarrollo urbano y económico, así como por la obtención y gestión de recursos, transparencia, rendición de cuentas y del estado de derecho, Torreón se encuentra en el 44 lugar nacional en competitividad, mientras que Saltillo está entre los primeros 10 lugares.

Esto de acuerdo al Índice de Competitividad Urbana 2012 que llevó a cabo el Instituto Mexicano para la Competitividad, (IMCO), señalando que de un conjunto de entre las 77 ciudades más importantes de México, esta ciudad de Torreón ocupa la posición 44.

Torreón figura junto con Oaxaca, Culiacán, Orizaba y otras poblaciones que resultaron con un grado, medio bajo de competitividad, ya que los dos índices que registraron calificación más baja fueron eficiencias de gobiernos y sistema de derecho confiable y objetivo.

Además se evalúa la capacidad de los gobiernos locales para elevar la calidad de vida en las ciudades a través de políticas públicas que fomenten el desarrollo económico local.

Se ha perdido el atractivo porque afectó mucho la recesión económica norteamericana y también. Otro punto es la falta de participación ciudadana.

Aun cuando La Laguna ha mejorado en algunos aspectos, otros municipios lo han hecho más rápido. Además, otro factor es que la planeación urbana en las ciudades más importantes del país es por municipio y no por zona conurbada, lo que deriva en que no sean atractivas para que más gente quiera vivir e invertir aquí.

Falta empleo e inversión.

Entre las recomendaciones está la profesionalización de la gestión municipal, la adopción y planeación del esquema de ciudades compactas e incentivos para los municipios.
(Competitividad, 2012).

El 13 de Noviembre de 2013 se realizó en Torreón Coahuila el “Foro Agenda de Competitividad de Torreón” en la INFOTECA que forma parte de las instalaciones de la Universidad Autónoma de Coahuila Región Laguna, con el fin de obtener información relevante en materia de turismo de los actores principales del municipio de Torreón. Se contó con la participación de 45 expertos y actores del sector empresarial turístico.

Este foro tenía como objetivo conocer y analizar los principales factores que influyen en la competitividad del Destino Turístico, en este caso: Torreón, Coahuila. Establecer el análisis FODA de cada Factor de Competitividad y proponer en su caso estrategias y líneas de acción. Por lo que se realizaron 9 talleres con las siguientes temáticas:

- Oferta Turística
- Democratización de la productividad turística
- Sustentabilidad Turística
- Formación y Certificación
- Accesibilidad e Infraestructura (instalaciones y servicios).
- Seguridad Patrimonial y Física.
- Promoción y Comercialización.
- Gestión del Destino.
- TIC´s e información turística

Al final de las mesas de trabajo cada Grupo presentó sus conclusiones las cuales fueron integradas al reporte final. El FODA general se realizó con la participación de más de 65 expertos, de los cuales 5 representantes fueron de las principales cámaras y asociaciones, 30 representantes de entidades públicas estatales y federales, 10 prestadores de servicios turísticos, además de poco más de 20 representantes de universidades y ONG’s.

A continuación se describen las conclusiones al respecto.

2.1 FODA GENERAL

Fortalezas

1. Torreón hay una gran variedad de flora, fauna, lugares eco turísticos, zonas arqueológicas.
2. Tiene el potencial de los recursos turísticos suficientes y diversos para explotar la oferta turística.

3. Su oferta de hospedaje es la apropiada para ser un destino turístico competitivo en lo que se refiere a hoteles, hospedaje, oferta complementaria y el personal que presta el servicio al turista.
4. El desarrollo turístico está regulado por el marco institucional respectivo.
5. Cuenta con los servicios terrestres y aéreos, así como la infraestructura básica.
6. Posee un reglamento que regula su patrimonio en todos los ámbitos
7. Representa un mercado suficiente con promoción y comercialización de sus atractivos turísticos con tecnología.

Oportunidades

1. Una de las mejores oportunidades que hay en Torreón es su situación geográfica, que lo beneficia en comparación con otros destinos.
2. La creación del Centro de Convenciones como un complejo de comercio y turismo.
3. Aprovechar el turismo empresarial del destino.
4. Disfrutar de una gran variedad de restaurantes, bares y centros comerciales.
5. Tiene universidades y escuelas dedicadas al sector turístico.
6. Fácil acceso a turistas vía terrestre y aérea.
7. El agua potable está casi garantizada en un 80% para la población.
8. Participar en campañas ambientales a favor del destino turístico de Torreón.
9. Seguir los Planes de Desarrollo Estatal y Municipal y los de FONATUR para hacer competitivo el destino turístico.

Debilidades

1. Falta de aprovechamiento de los recursos naturales existentes.
2. Necesidad de concretar los planes y proyectos que se han tendido planeados por los tres niveles y no se han concretado.
3. Servicios aéreos son muy caros para el destino turístico de Torreón.
4. Carece de drenaje pluvial por lo que se desperdicia gran cantidad del agua pluvial.
5. Falta de cultura cívica, cultural por parte de la población.
6. Nula estrategia en la comercialización de los productos del sector turístico, no está bien dirigido.
7. Falta de Certificación de guías turísticos capacitados.
8. Necesidad de mejorar las oportunidades de empleo en el sector turístico.

Amenazas

1. Falta de vigilancia en los sitios de interés turístico.
2. No contar con rutas turísticas especializadas para el turista.
3. La falta de recursos e infraestructura para mejorar el destino turístico de Torreón con competitividad y desarrollo.
4. Inseguridad en las zonas eco turísticas con que cuenta Torreón.
5. No contar con recursos financieros para el sector turístico.
6. Participación no activa de la sociedad, la iniciativa privada y gobierno en materia ambiental.
7. Combatir la pobreza y grado de marginación de la población activa.
8. No cumplir con las leyes y reglamentos establecidos por los tres niveles de gobierno en materia turística.

2.2. FODA Factor 1. Oferta Turística

El FODA 1 Oferta Turística se realizó con la participación de más de 65 expertos, de los cuales 5 representantes fueron de las principales cámaras y asociaciones, 30 representantes de entidades públicas estatales y federales, 10 prestadores de servicios turísticos, además de poco más de 20 representantes de universidades y ONG's.

Fortalezas

- Torreón es una ciudad competitiva y atractiva para invertir, viajar y disfrutar en el Estado de Coahuila, con una gran variedad de atracciones históricas, artísticas y culturales aprovechables.
- Posee una gran variedad de servicios turísticos en hoteles, restaurantes y bares para el visitante.
- Ofrece al turista hermosos museos, parques y lugares para el ecoturismo.
- Cuenta con 4 rutas de destino turístico.
- Es uno de los polos de desarrollo más importantes de país por su buena ubicación geográfica.

Oportunidades

- Creación del proyecto del Centro de Convenciones y Negocios Torreón.
- Incrementar capacidad de hospedaje industrial con el parque industrial “Mieleras”.
- Reforestación de los espacios públicos.
- Creación de la Marca Torreón.
- Fortalecer lazos entre los 3 niveles de gobierno y la IP, para fortalecer al sector turístico.
- Cuenta con una gran variedad de recursos naturales propios y cercanos al municipio que invitan al viajero a conocer.

Debilidades

- La ciudad está territorialmente dispersa lo que eleva los costos en servicios e infraestructura.
- Poca oferta de vuelos.
- Falta de productos turísticos
- Insuficiente conectividad terrestre y urbana.
- Escasa cultura turística.
- Falta de promoción turística.

Amenazas

- Crecimiento desmedido del transporte público.
- Disminución en afluencia del turismo local y foráneo.
- Percepción creciente de la inseguridad y violencia en la frontera norte.
- Insuficiente apoyo de servicios turísticos.
- Limitada inversión en proyectos turísticos.
- Alto costo en transporte aéreo.

2.3 FODA Factor 2 Democratización de la Productividad Turística.

El FODA 2 Democratización de la Productividad Turística se realizó con la participación de más de 65 expertos, de los cuales 5 representantes fueron de las principales cámaras y asociaciones, 30 representantes de entidades públicas estatales y federales, 10 prestadores de

servicios turísticos, además de poco más de 20 representantes de universidades y ONG's.

Fortalezas

- Con los nuevos programas de la Secretaría de Salud y el Municipio en el 2011, Torreón figuró con una mejor calidad de vida que mantenía antes.
- Aumento en los servicios básicos de vivienda.
- Aumento considerable en el turismo alternativo como: ciclismo de montaña, excursionismo, etc.
- Fortalecimiento del programa como el de "Ciudades Hermanas".
- Torreón cuenta con una buena infraestructura hotelera en la ciudad.
- El sector turístico es el que ocupa el mayor número de jóvenes entre 16 y 24 años.

Oportunidades

- Firma del Convenio para el Ecoturismo y del desarrollo de las comunidades y el turismo rural. (SEMARNAT-SECTUR)
- Impulso por parte del Gobierno Estatal y Municipal del turismo de naturaleza.
- Nuevas oportunidades de desarrollo a empresas turísticas en el municipio.
- Impulsar el crecimiento de empleos en el sector turístico.
- Convenios entre empresas privadas del sector turístico y gobierno estatal y municipal para desarrollar un mejor servicio turístico.

Debilidades

- Alta tasa de desocupación, la cual creció en el último trimestre del año.
- Bajos salarios en el sector turístico y para prestadores de servicios.
- Poco crecimiento de tasa de empleo.
- Falta impulsar proyectos de capacitación, gestión y financiamiento en el sector turístico.
- Falta de oportunidades en el número de empleos en el sector turístico.
- Alto índice de rezago social, es muy latente en colonias irregulares y carentes de servicios.

Amenazas

- Debido al estrés, mala alimentación, carencia de servicios y entorno social, hace que la calidad de vida en Torreón se deteriore.
- INEGI en el 2010 reportó a Torreón entre una de las 10 ciudades con valores más bajos alcanzados en cuanto a calidad de vida.
- Falta de financiamiento estatal y municipal en planes y proyectos a desarrollar en el sector turístico.
- El encadenamiento productivo del sector se debe a que la detonación de programas se debilito en los últimos años por recortes presupuestarios, amenazando la competitividad de Torreón en su productividad turística.

2.4 FODA Factor 3. Sustentabilidad Turística.

El FODA 3 Sustentabilidad Turística se realizó con la participación de más de 65 expertos, de los cuales 5 representantes fueron de las principales cámaras y asociaciones, 30 representantes de entidades públicas estatales y federales, 10 prestadores de servicios turísticos, además de poco más de 20 representantes de universidades y ONG's.

Fortalezas

- Torreón cuenta con un proceso para tratar el 99.9 % de aguas residuales.
- Cobertura del 80% de agua potable.
- Se cuenta con rutas establecidas para el desecho sólido.
- Hay programas implementados como: "Puntos Limpios" y "Puntos Verdes".
- El Municipio cuenta con un reglamento que regula y resguarda el patrimonio con el que cuenta.
- Se ha decretado por parte del Gobierno Estatal el Ordenamiento Ecológico 2011-2017.
- Realización del Programa "ProAire de la Comarca Lagunera"

Oportunidades

- Es prioridad del municipio el manejo de desechos sólidos
- Desarrolla acciones que fomenten el reciclaje en escuelas y universidades, así como en la sociedad en general.
- Impulsar el plan de áreas protegidas para la Sierra de Jimulco y Cañón de la Cabeza.
- Colaboración de convenios firmados a corto y mediano plazo del sector turístico.
- Buscar la certificación de Municipio Limpio, por parte del Gobierno Estatal y Municipal.

Debilidades

- Falta detonar el turismo en la zona por parte del municipio y FONATUR, que afecta su desarrollo turístico como la promoción al ecoturismo y el Centro Histórico.
- Necesidad de integrar el plan para desarrollo de la producción de la plata.
- Turismo enfocado principalmente al turismo de negocios.
- Reasignación de recursos por parte de los tres niveles de gobierno.
- Falta de establecimientos certificados con sello de calidad turística.

Amenazas

- El sector turismo requiere estrategias específicas para detonar los programas y planes de desarrollo turístico en el municipio debido a los acontecimientos negativos en el impacto social y económico del país.
- Pérdida de competitividad en los segmentos de alta derrama.
- Falta de capacitación ambiental en todos los sectores turísticos.

2.5 FODA Factor 4. Formación y Certificación.

El FODA 4 Formación y Certificación se realizó con la participación de más de 65 expertos, de los cuales 5 representantes fueron de las principales cámaras y asociaciones, 30 representantes de entidades públicas estatales y federales, 10 prestadores de servicios turísticos, además de

poco más de 20 representantes de universidades y ONG's.

Fortalezas

- Se cuentan con Universidades, escuelas y cursos impartidos por el gobierno y FONATUR que contribuyen a mejorar la competitividad del sector turístico y sus empleadores.
- De acuerdo a las universidades y hoteles la satisfacción del turista es buena en su visita a Torreón.

Oportunidades

- Aprovechar por parte de las empresas del sector la certificación del distintivo H y M de Sectur en Torreón.
- Aprovechamiento de los cursos de capacitación PYMES en el municipio.
- Llevar a cabo una revisión de los planes de educación turística.

Debilidades

- Torreón tiene un bajo promedio de escolaridad.
- En el sector turístico se cuenta con muy poco personal calificado para atender al sector turístico.
- Poca certificación y afluencia de estudiantes para el sector turístico.

Amenazas

- Torreón carece de empresas con distintivo M.
- Falta de Certificación de guías turísticos, solo se cuenta con 5 en el municipio.
- La falta de capacitación y nivel educativo es una amenaza para el sector turístico y el desarrollo de competitividad del municipio con respecto a otros destinos.

2.6 FODA Factor 5. Accesibilidad e infraestructura

El FODA 5 Accesibilidad e Infraestructura se realizó con la participación de más de 65 expertos, de los cuales 5 representantes fueron de las principales cámaras y asociaciones, 30 representantes de entidades públicas estatales y federales, 10 prestadores de

servicios turísticos, además de poco más de 20 representantes de universidades y ONG's.

Fortalezas

- El Destino Turístico de Torreón es el que cuenta con mayor número de vuelos nacionales e internacionales en Coahuila.
- En base al Plan de Desarrollo Turístico Municipal de elaboraron programas para reactivar el turismo, que permiten la competitividad del destino turístico de Torreón.
- Se cuenta con una infraestructura terrestre y área buena para brindar este servicio turístico al municipio.
- Las tarifas hoteleras están en competitividad con otros destinos y ofrecen buena calidad en sus servicios.

Oportunidades

- Se colocaron módulos de información distribuidos en puntos estratégicos de la ciudad para el visitante.
- Se renuevan constantemente los servicios de apoyo al turista.
- Lograr una integración funcional de la vialidad y los servicios.
- Actualizar los programas de vialidad y transporte.
- Tomar en cuenta lo establecido por el Reglamento de Asentamientos humanos, Desarrollo Urbano y Construcciones para el Municipio.
- Detonar el proyecto del Centro de Convenciones y Empresas de Torreón.

Debilidades

- Deficiente la calidad del servicio público
- Falta de mejoras en los espacios públicos como plazas y parques.
- Necesidad de establecer una imagen urbana congruente en el Centro Histórico.
- Mejorar el paseo peatonal Rio Nazas.
- Mayor interés por parte de las autoridades y empresas dedicadas al turismo para mejorar la accesibilidad e infraestructura que cuenta Torreón actualmente, entre ellas a personas con discapacidad.

Amenazas

- El crecimiento caótico del transporte público en el municipio es deficiente para prestar un servicio de calidad.
- Un tercio de la población se queja de la falta de servicios públicos urbanos y de espacios comunitarios.
- Mejorar la calidad del agua y tener mejores rutas de transporte.

- Mejorar el índice de inseguridad que hay en las reservas naturales.

2.7 FODA Factor 6. Seguridad Patrimonial y Física

El FODA 6 Seguridad Patrimonial y Física se realizó de más de 65 expertos, de los cuales 5 representantes fueron de las principales cámaras y asociaciones, 30 representantes de entidades públicas estatales y federales, 10 prestadores de servicios turísticos, además de poco más de 20 representantes de universidades y ONG's.

Fortalezas

- Participación activa de las empresas del sector turístico para los residuos sólidos.
- Torreón cuenta con una buena cobertura a nivel público y privado en hospitales y clínicas de salud.
- Programas estatales y municipales para el manejo de residuos peligrosos en operación.

Oportunidades

- Aumentar el porcentaje de recolección y reciclado en los residuos sólidos con los nuevos programas del municipio y escuelas.
- Creación de nuevos Centros de Salud, como la clínica de labio leporino, próxima a abrir.
- Desarrollar programas contra la delincuencia acordes al municipio.
- Promover la inversión pública y privada en proyectos estratégicos de la región, para el turismo.

Debilidades

- No es suficiente la seguridad en los sitios públicos y turísticos, principalmente en el Centro Histórico.
- Alta a tasa de delitos cometidos que no son denunciados.
- Falta capacitación y aumento de la policía municipal.
- Falta de atención en clínicas del sector salud.
- Necesidad de consolidar y promover la cartera de proyectos de inversión y negocios turísticos en la región.

Amenazas

- El nivel de inseguridad en Torreón sigue estando por encima de los niveles estándar nacionales.
- Hay un déficit de elementos policiacos en relación a la población
- Es necesario aumentar la difusión por medio de campañas y medios para potencializar el sector turístico de Torreón.

2.8 FODA Factor 7. Promoción y Comercialización

El FODA 7 Promoción y Comercialización se realizó con la participación de más de 65 expertos, de los cuales 5 representantes fueron de las principales cámaras y asociaciones, 30 representantes de entidades públicas estatales y federales, 10 prestadores de servicios turísticos, además de poco más de 20 representantes de universidades y ONG's.

Fortalezas

- El porcentaje de turismo en los últimos tres años ha ido en aumento.
- Torreón actualmente promueve la construcción del Centro de Convenciones y Negocios de Torreón.
- Participación activa de las DMC´s que cumplen con los recursos y servicios turísticos de la región.
- El 80% del turismo en Torreón es empresarial y de acuerdo a las encuestas hoteleras han sido satisfactorias.

Oportunidades

- Incrementar el turismo de placer y ecoturismo.
- Desarrollar programas como el de productos turísticos emblemáticos "Joyas de Coahuila" en la región.
- Aprovechar los recursos naturales y sitios de interés como el Cristo de las Noas para impulsar el turismo foráneo.
- En Torreón como en otros destinos el uso de redes sociales y páginas del sitio deben aprovecharse para la difusión y comercialización de los productos y servicios turísticos.

Debilidades

- Falta mayor Capacitación y certificación de agencias de viajes mayoristas con personal adecuado.
- Falta de promoción y comercialización de los productos y servicios turísticos del municipio y sus alrededores.
- Escasa información turística oportuna por medio de campañas y difusión al visitante de los eventos a realizarse con anticipación.
- Falta de promoción de las políticas de incentivos para el sector turístico.

Amenazas

- Debido a la inseguridad y a la prevención de visitar la frontera norte por parte de los Estados Unidos, el turismo de placer y aventura se ha visto mermado.
- El mal manejo de las redes sociales también provoca desestimar a Torreón como destino turístico por la inseguridad.

2.9 FODA Factor 8. Gestión del Destino

El FODA 8 Gestión del Destino se realizó con la participación de más de 65 expertos, de los cuales 5 representantes fueron de las principales cámaras y asociaciones, 30 representantes de entidades públicas estatales y federales, 10 prestadores de servicios turísticos, además de poco más de 20 representantes de universidades y ONG's.

Fortalezas

- El Municipio de Torreón cuenta con la Dirección de Turismo Municipal.
- Los tres niveles de gobierno están permanentemente en coordinación para programas y planes que favorezcan al turismo en Torreón.
- Participación activa de las cámaras locales como: CANACO, CONACOPE, CANIRAC y CONACINTRA.

- Proyecto aprobado de Ordenamiento Ecológico del Territorio.
- Torreón cuenta con un Reglamento Interior del Ayuntamiento, para el desarrollo del comercio, turismo y fomento económico de la ciudad.
- Se cuenta con varios eventos turísticos como la Feria del Algodón que atrae a muchos turistas locales y foráneos.

Oportunidades

- FONATUR, SECTUR y Municipio cuentan con una serie de programas para el beneficio y desarrollo del turismo en Torreón.
- Llevar a cabo los programas y planes convenidos por empresarios del sector turístico con los tres niveles de gobierno.
- Realizar el intercambio y desarrollo de productos convenidos con el estado de Durango para proyectos turísticos.
- Mantener la Política Nacional de Turismo para los programas federales de competitividad y desarrollo en el municipio.
- Programa de las empresas “Punto Limpio” en conjunto con Sectur, lograron certificar a 192 empresas, continuar el programa.
- Aprovechar que Torreón se cuenta como principal destino en la región Laguna.

Debilidades

- Necesidad de detectar zonas de mayor riesgo y problemática ambiental.
- Necesidad de que se cumplan los requisitos aprobados del Ordenamiento Ecológico Ambiental en Torreón.
- Necesidad de Impulsar la sustentabilidad del sector turístico en la región.
- Alto índice de comercio ambulante.
- Débil la oferta complementaria de alimentos, y bebidas, agencias de viajes, transportes, etc. además de que requieren mejoras y calidad.

Amenazas

- Constante riesgo y aumento del comercio ambulante sobretodo en la zona del Centro Histórico.
- La falta de infraestructura y servicios al turista han sido durante muchos años los puntos negativos para detonar la actividad.
- Proyectos que no se han llevado a cabo no llamando a la inversión.

2.10 FODA Factor 9. TIC´s e Información al turista

El FODA 9 TIC´s e Información al Turista se realizó con la participación de más de 65 expertos, de los cuales 5 representantes fueron de las principales cámaras y asociaciones, 30 representantes de entidades públicas estatales y federales, 10 prestadores de servicios turísticos, además de poco más de 20 representantes de universidades y ONG's.

Fortalezas

- Torreón cuenta con varios portales de internet, del municipio y sus dependencias para el sector turístico.
- Se cuenta con actualizaciones permanentes de información turística.
- Es permanente el programa Data Tur para información general que el turista requiera.
- Se cuenta con módulos de información y se reparten folletos al turista en cada uno de ellos, así como en museos, hoteles y plazas.

Oportunidades

- Los hoteles, restaurantes y bares cuentan con servicio de internet para ayuda al turista.
- Cada empresa turística tiene la oportunidad de ofertar y mostrar el potencial turístico de Torreón.
- Cada visitante que posea un teléfono móvil puede consultar las aplicaciones turísticas del municipio, rutas turísticas, sitios de interés, museos, hoteles, etc.

Debilidades

- Es necesario contar con un estudio de visión al turismo en Torreón que apoye decisiones a corto y largo plazo el desarrollo turístico de Torreón y su competitividad.
- Falta de capacitación a los promotores turísticos.
- El no aprovechamiento de los portales de internet para aumentar y encontrar información completa y de fácil acceso para el turista.

Amenazas

- No se cuenta con exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico en Torreón.
- Faltan servicios turísticos para desarrollar mayor demanda turística del visitante nacional.
- Falta de señalamientos de los lugares y sitios de interés por parte de las autoridades.
- Mejores condiciones en las rutas turísticas, con personal calificado.

3. PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA POR EL FACTOR

3.1.- OFERTA TURISTICA.

Número de Museos.

1.- Complejo Turístico Religioso Cerro de las Noas.

El Cristo de las Noas del artista Vladimir Alvarado, mide 21.85 metros y es el tercero más grande de Latinoamérica. Dirección: Cima del Cerro de Las Noas. Col. Primero de Mayo.

2.- Museo y Casa Histórica Arocena.

Un espacio de arte y cultura con cuatro plantas y un total de cinco mil metros cuadrados llenos de historia y arte. Dirección: Calle Cepeda #354 Sur, Centro Histórico.

3.- Museo de los Metales de Peñoles.

El Museo de los Metales cuenta con mil 750 metros cuadrados de construcción y diversas salas que abordan nueve grandes temas. Dirección: Blvd. Laguna #3200 Pte. Col. Metalúrgica.

4.- Museo Histórico de la Ciudad Casa del Cerro.

Es considerada como un monumento histórico de la ciudad, porque precisamente en ese sector del Mercado Alianza nació lo que en principio fue la Villa del Torreón. Dirección: Calzada Industrial s/n, Sector Alianza.

5.- Museo de la Revolución.

Lo primero que cautiva la atención de quien visita el heroico edificio es el retablo, a espaldas de la Casa Colorada, donde coexisten los principales símbolos de la mexicanidad norteña. Dirección: Gregorio A. García, esquina con Lerdo de Tejada, Col. Centro.

6.- Museo Regional de La Laguna.

En él se presentan grandes exposiciones de todos los géneros, desde pictóricas hasta relativas a la historia del país. Su carácter antropológico no lo

limita a llevar para cabo presentaciones históricas y contemporáneas. Dirección: Avenida Juárez s/n interior del Bosque “Venustiano Carranza”.

7.- Museo del Ferrocarril.

Este museo cuenta con la locomotora de vapor 1140, que prestó sus servicios durante décadas para beneficio de muchos miles de usuarios de Ferrocarriles Nacionales de México. Dirección: Boulevard Revolución # 1275 Col. Centro.

8.- Museo de la Moneda.

Su exposición representa un viaje a través de la historia de México, mostrando las primeras monedas acuñadas en la Nueva España en 1536, el Primer Imperio con Agustín de Iturbide, Segundo Imperio con Maximiliano de Hasburgo y la Revolución Mexicana hasta la época actual. Dirección: Av. Morelos # 1217 Torreón, Coahuila.

9.- Museo Universitario de Historia Natural UAL .

El museo cuenta con un acervo en las áreas de Astronomía, Zoología, Paleontología, Arqueología, Geología: Mineralogía y Petrología, talleres varios para niños y adultos así como un área de exhibiciones temporales, donde se exponen el talento plástico de los artistas laguneros. Dirección: Av. Universidad s/n colonia El Tajito, Torreón, Coahuila.

10.- Museo del Algodón.

Es un nuevo espacio cultural que relata la historia del cultivo que le dio riqueza a la Laguna a través de objetos de la época, fotografías, interactivos y documentos. Este museo se encuentra integrado a la estructura del “Torreoncito”. El torreón original se construyó en 1852 por instancia del padre Leonardo Zuloaga Olivares, pero se perdió durante una de las grandes avenidas del Nazas. Se reconstruyó hacia 1870 y es el mismo que se conserva en nuestros días. Dirección: Avenida Juárez, 1760 Pte. esquina con 5 de Mayo. Colonia Sector Alianza.

11.- Museo de Paleontología.

Exhibe una vasta y variada colección de piezas de fósiles marinos entre los que se incluyen amonites, almejas, ostras, dientes de tiburón, dientes petrificados, etc. Dirección: Av. Juárez # 580 Pte. Centro Histórico.

12.- Museo de Cera

Fue inaugurado en el 2004 con más de 20 figuras de conocidos personajes históricos y artísticos. Las figuras están distribuidas en diferentes habitaciones, decoradas de acuerdo al contexto al que pertenecen y con una biografía del personaje a su costado. Dirección: avenida Abasolo número 453 poniente (entre R. Corona y Leona Vicario).

Número de Monumentos.

El Municipio de Torreón cuenta con 81 registros en el catálogo Nacional del INAH, los cuales representa un importante acervo histórico, arquitectónico y artístico. Por mencionar algunos ejemplos, se citan:

1.- Casa Colorada.

Una pequeña nave, sede de La Casa Colorada, es la construcción más antigua que preserva Torreón. En 1848 un hacendado español compró las tierras del lado coahuilense de San Lorenzo de la Laguna y construyo un corralón de adobe, el cual en una esquina poseía un torreón para vigilar posibles ataques indios. Más adelante se abrió un brazo al río Nazas, que concluía en una casa de compuertas frente al corralón, desde donde se controlaba el agua para los cultivos algodoneros. En 1868 una creciente desapareció el corralón y el torreón, y quedó en pie sólo La Casa Colorada. En 1870 se erige un nuevo casco, que en 1833 fue la Estación del Torreón de los ferrocarriles.

En 1888 los terrenos aledaños se fraccionaron en manzanas y se trazaron calles, con lo que nacieron la villa del Torreón, en 1893, y la ciudad en 1907. En 1983 la casa se convirtió en el primer Museo de la Revolución del país, el cual está considerado en el Libro de Guinness como el museo más pequeño del mundo.

2.- Teatro Isauro Martínez.

Construido por instrucción del zacatecano Isauro Martínez Puente (en Matamoros casi esquina con Galena), inaugurado el 7 de marzo de 1930. Para su construcción se siguió el diseño de otro que se encontraba en San Luis Misuri, en Estados Unidos, del cual don Isauro, en un viaje, obtuvo una fotografía. La terraza y el foyer fueron innovaciones locales. La construcción se encomendó al lagunero Abel Blas Cortinas. El artista español Salvador

Tarazona se encargó de dar vida a los decorados en estuco y los frescos. Los emplomados de la fachada fueron realizados por Claudio Pellandini.

El interior del teatro es fastuoso, colorido, lleno de detalles. En el vestíbulo se pueden apreciar las columnas forradas de madera labrada. La sala principal, para tres mil espectadores, alberga en el techo “Una vida”, de Tarazona, que representa ocho fases de la vida de un hombre.

3.- Museo Canal de la Perla.

Muy semejante a una terminal del metro de cualquier metrópoli, fue originalmente un tajo o canal de riego, que en 1893 aparece por primera vez en los registros históricos de la ciudad. Fue un canal a cielo abierto que se abastecía del Río Nazas y cruzaba de noroeste a sureste hasta la propiedad agrícola La Perla, cerca del municipio de Matamoros. Con el avance de la mancha urbana, se optó por embovedarlo en el tramo citadino, de tal manera que muchos edificios del centro histórico de Torreón están construidos sobre él. En los años 60 del siglo pasado cayó en desuso el flujo de agua para la agricultura y se transformó en un canal recolector de descargas de aguas negras urbanas. En 2003 fue rehabilitado como interesante paseo turístico.

4.- Hotel El Salvador.

Se encuentra ubicado en el centro histórico de Torreón sobre la avenida Hidalgo, y es uno de los primeros grandes edificios que se construyeron en la Villa del Torreón, es decir, antes de nuestra población fuera erigida como ciudad. Su estilo arquitectónico lo ubicamos perfectamente en la arquitectura de la “Bella Época”, es decir, en el período anterior a la Primera Guerra Mundial, por lo que se puede clasificar como el edificio más representativo del viejo Torreón.

Era propiedad del coronel Carlos González. Su edificio y servicios eran considerados de primer nivel, incluso por los visitantes extranjeros, cuyas anécdotas manifiestan que, al hospedarse en él, se sentían en Europa o en los Estados Unidos. Entre los inquilinos distinguidos de este hotel estaban el general Venustiano Carranza, y el magnate del algodón, Rafael Arocena, a quien las fuerzas villistas mantuvieron secuestrado ahí, hasta que pagó el rescate que le impusieron.

5.- Casino de la Laguna.

Inaugurado el 15 de septiembre de 1910, con espléndidos bailes y banquetes, como símbolo de celebración por el primer centenario de la Independencia de México. En este edificio, durante la tercera toma de Torreón, Francisco Villa reunió a todos los principales comerciantes y empresarios de la región, con el propósito de solicitarles un préstamo para la causa revolucionaria. La fachada del edificio conserva las huellas de algunos cañonazos de ese tiempo. Actualmente el edificio consta de tres niveles.

Número de restaurantes y bares.

La tabla presentada a continuación plasma la participación que tiene el municipio de Torreón en cuanto al número de prestadores de servicios de alimentos y bebidas existentes en el Estado. Considerando que es el segundo centro poblacional más grande de Coahuila y que debido a la actividad industrial del destino, recibe gran cantidad de turistas en calidad de trabajadores, podemos decir que tiene una participación suficiente en el ramo.

Tabla 13 Numero de Restaurantes y bares en el Municipio de Torreón

	Total	Restaurantes	Cafeterías	Discotecas y Centros Nocturnos	Bares	Otros
Estado	851	699	33	31	87	1
Torreón	147	103	23	5	16	0
Participación	17.27 %	14.73 %	69.69 %	16.12 %	18.39 %	0 %

(Coahuila) (CANIRAC).

Número de Agencias de Viajes.

Las Agencias de Viajes y establecimientos que prestan servicios relacionados con el turismo se describen a continuación.

Torreón cuenta con 30 agencias de viajes, cifra proporcionada por la dirección de turismo municipal y el plan de desarrollo estatal. Un total de 6 arrendadoras

y 14 transportadores turísticos a los diferentes destinos locales y zonas municipios o zonas aledañas consideradas para el turismo. Así como 3 módulos de asistencia turística.
1.-. (Municipal D. d., 2012).
2.- Sección Amarilla. (Amarilla)

Existencia de Zonas Arqueológicas.

No se tienen datos**.**

Opciones de Hospedaje.

Número de cuartos de Hotel.

Coahuila tiene 261 establecimientos de hospedaje y 10,481 cuartos entre todas las categorías.

La zona de estudio posee el 13.02% de los establecimientos a nivel estatal y el 24.01% de los cuartos, porcentaje equivalente a 2,517 cuartos.

Tabla 14 Número de hoteles por categoría

HOSPEDAJE		
Concepto	Categoría	Número total
Hoteles	5 ESTRELLAS	2
	4 ESTRELLAS	17
	3 ESTRELLAS	13
	1 ESTRELLA	1
	SIN CATEGORÍA	1

(Coahuila)

Gasto y estadía promedio de los turistas.

El gasto de los turistas en Torreón está registrado de acuerdo a la información de los propios hoteles y el tipo de actividades que realizan en el destino, dependiendo del motivo de su viaje. Es importante mencionar que el porcentaje de ocupación promedio de Torreón, según la Secretaría de Turismo del Estado, la Dirección Municipal de Turismo y la Oficina de Convenciones y Visitantes es del 42%, manteniendo tarifas desde los $800.00 hasta las $1,400.00 dependiendo de la categoría de los hoteles.

Tabla 15 Estadía Promedio de Turistas

Estadía Promedio de Turistas		
Concepto	Número de días	Gasto
Turistas de Negocios	1	$ 1,200.00
Turistas de Placer	4 a 5	$ 4,000.00

Afluencia del transporte público foráneo local.

Se llega a Torreón vía terrestre por medio de una gran cantidad de carreteras y autopistas que llegan a Saltillo, Monterrey, Durango y Chihuahua; vía aérea por medio del Aeropuerto Internacional Francisco Sarabia. Además de que cruzan las principales vías férreas de México, que forma parte de la economía de Torreón desde finales del siglo XIX, que vienen desde Manzanillo, Colima, pasando por los estados de Jalisco, Aguascalientes, Guanajuato y Zacatecas, conectando a ciudades como Monterrey, Piedras Negras y Ciudad Juárez, contando con las compañías de Grupo México; Línea de Ferrocarril Coahuila-Durango .

Líneas de Autobuses

Autobuses Americanos.
Autobuses de la Laguna.
Autobuses Chihuahuenses.
Autobuses Coahuilenses.
Autobuses Parras Torreón.
ETN.
Futura.
Estrella Blanca.
Ómnibus de México.
Senda Turistar Lujo (ETN).
Autobuses Parras Torreón.

En Torreón se maneja un promedio de 2,450 pasajeros diarios en el movimiento cotidiano de la Central de Autobuses durante el año.

Aeropuerto Internacional Francisco Sarabia.

Es el aeropuerto de Torreón y el más importante en el estado de Coahuila, México, teniendo vuelos nacionales e internacionales. El aeropuerto ha tenido

un crecimiento de más de 25% en pasajeros durante la última década. Respondiendo a este crecimiento, la terminal del aeropuerto ha sido recientemente ampliada y remodelada, mejorando de manera notable su imagen y servicios. El aeropuerto de Torreón maneja el tráfico aéreo nacional e internacional de la Zona metropolitana de La Laguna y Ciudad Lerdo en el estado de Durango.

Entre los servicios que se ofrecen dentro del aeropuerto se encuentran cajeros automáticos, restaurantes, estacionamiento de 24 horas, renta de automóviles, salón VIP, servicio de taxis y tiendas.

Las aerolíneas nacionales que operan en el Aeropuerto Internacional de Torreón, son: Aeroméxico, Intejet y Viva Aerobús y las internacionales, American Airlines y Continental Airlines.

Tabla 16 Aerolíneas Nacionales.

Número	Ciudad	Pasajeros	Ranking	Aerolínea
1	Ciudad de México, D. F.	150,553	–	Aeroméxico, Aeroméxico Connect, Viva Aerobús
2	Chihuahua, Chihuahua	11,637	–	Aeroméxico
3	Guadalajara, Jalisco	9,232	–	Aeroméxico Connect, Viva Aerobús.
4	Monterrey, Nuevo León	823	1	Viva Aerobús.
5	Cancún, Quintana Roo	702	1	Viva Aerobús
6	Toluca, Estado de México	230	8	

7	Tepic, Nayarit	162		
8	Culiacán, Sinaloa	123		

Afluencia del transporte local y foráneo.

Torreón tiene gran accesibilidad vía terrestre, ya que cuenta con una gran cantidad de carreteras y autopistas que conectan con destinos como Saltillo, Monterrey, Durango y Chihuahua, así como con la zona de influencia. Lo anterior permite el traslado seguro de los visitantes y proporciona la infraestructura necesaria para el transporte de los insumos que la industria del destino requiere.

Ilustración 48 Ruta Aerea

Líneas de autobuses.

Complementario a la accesibilidad vía terrestre que tiene Torreón, cuenta con diversas líneas de autobuses que operan en el destino. Las más comunes entre los viajeros son: Autobuses de la Laguna, Autobuses Chihuahuenses, Coahuilenses, Autobuses Parras Torreón, Futura, Estrella Blanca, Ómnibus de México y Senda Turistar Lujo (ETN). En la tabla presentada a continuación, se plasman las principales conexiones con que cuentan algunas de estas líneas, así como la participación de ellas en la zona de influencia.

Tabla 17 Líneas de Autobuses

Línea	Destinos	Zona de influencia
Chihuahuenses	Salidas de Torreón hacia diferentes destinos del país, sin embargo no trabajan dentro del Estado de Coahuila.	
SENDA o Transportes del Norte	Saltillo Chihuahua Monterrey	Cuentan con salidas constantes al municipio de Francisco I. Madero.
Coahuilenses	Coahuila: Allende, Acuña, Cuatro Ciénegas, Monclova, Saltillo, Torreón, etc. México, Durango, Chihuahua, Nuevo León, Zacatecas, etc.	Esta línea de autobuses cuenta con renta de unidades (autobuses o sprinters) para cualquier tipo de viaje y sin importar el motivo de viaje. En este caso si cuenta con participación en la zona de influencia, es decir se pueden organizar viajes a Viesca, Matamoros y Francisco I. Madero.
Futura	Salidas de Torreón y Saltillo hacia diferentes destinos del país.	No cuentan con viajes programados a la zona de influencia.
Estrella Blanca	Coahuila: Cuatro Ciénegas, Monclova, Nueva Rosita, Sabinas, Allende, Acuña, Saltillo, Piedras Negras, etc.	No cuentan con viajes programados a la zona de influencia.
Transportes Astrotur	No cuentan con salidas específicas, únicamente se dedican a la renta de unidades para grupos, por lo que pueden realizar viajes a cualquier destino a nivel nacional e incluso dentro de la zona de influencia.	
Rojos de la Laguna	Únicamente trabajan en la región de la laguna	Tienen salidas periódicas a los municipios de Matamoros y Viesca.
Turistar	Salidas y llegadas a Torreón de diferentes destinos del país, sin embargo no trabajan dentro del Estado de Coahuila.	No cuentan con viajes programados a la zona de influencia.

Aeropuerto Internacional de Torreón "Francisco Sarabia".

Torreón cuenta también con el Aeropuerto Internacional "Francisco Sarabia", el cual es el más grande del Estado de Coahuila teniendo vuelos nacionales e internacionales. El aeropuerto maneja el tráfico aéreo nacional e internacional de la Zona metropolitana de La Laguna y Ciudad Lerdo en el estado de Durango.

Respondiendo al aumento de la demanda que está teniendo actualmente el Aeropuerto la terminal del aeropuerto ha sido recientemente ampliada y remodelada, mejorando de manera notable su imagen y servicios. Entre los servicios que se ofrecen dentro del aeropuerto se encuentran cajeros automáticos, restaurantes, estacionamiento de 24 horas, renta de automóviles, salón VIP, servicio de taxis y tiendas.

En el aeropuerto de Torreón operan aerolíneas tanto nacionales como internacionales, siendo las nacionales: Aeroméxico, Interjet y Viva Aerobús y las internacionales: American Airlines y Continental Airlines. A través de las seis aerolíneas antes mencionadas se puede tener conexión aérea con destinos como Houston, Dallas, Ciudad de México, Guadalajara, Hermosillo, entre otras. En la siguiente tabla se presentan los destinos y frecuencias que tiene cada aerolínea perteneciente al Aeropuerto Internacional de Torreón.

Tabla 18 Aeropuertos

	Destino	Frecuencia
Aeroméxico	Cd. México	3 diarias
Aeroméxico Connect	Ciudad de México Chihuahua Guadalajara Hermosillo	2 diarias
American Eagle	Dallas / Fort Worth	1 diaria
Interjet	Cd. México	3 diarias
United Express operado por ExpressJet Airlines	Houston-Intercontinental	1 diaria
Viva Aerobus	Cancún Ciudad de México Guadalajara	1 diaria

Tabla 19 Aerolíneas

Número	Ciudad	Pasajeros	Ranking	Aerolínea
1	Ciudad de México, D.F.	150,553	-	Aeroméxico, Aeroméxico Connect, Vive Aerobús
2	Chihuahua, Chihuahua	11,637	-	Aeroméxico
3	Guadalajara, Jalisco	9,232	-	Aeroméxico Connect, Viva Aerobús
4	Monterrey, Nuevo León	823	1	Viva Aerobús
5	Cancún, Quintana Roo	702	1	Viva Aerobús
6	Toluca, Estado de México	230	8	
7	Tepic, Nayarit	162		
8	Culiacán, Sinaloa	123		

Fuente: Aeropuerto Internacional Torreón. 2013

En cuanto al transporte local existen líneas de taxis como Mandarinas, Ecotaxi de la laguna, Ecotaxi cocodrilos, Radio taxi Águila, Radio taxi amarillos, Sitio de autos central de autobuses, Sitio de autos paraíso y Sitio estación del Ferrocarril. Todas las líneas de taxis mencionadas anteriormente trabajan a petición del cliente y bajo los horarios que la gente lo demande, por lo que la frecuencia de los mismos no puede ser especificada, sin embargo el número de estaciones que brindan el servicio tanto a locales como visitantes es muy amplio por lo que puede ser considerado como suficiente.

La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del Destino Turístico.

Atractivos Recreativos.

Centros Recreativos.

Centro de Iniciación Artística Pilar Rioja

Dirección: Prolongación Calzada Colón y Galeana s/n en Col. Centro.

Descripción: Ofrece talleres como: creatividad plástica para niños, solfeo, canto y vocalización, guitarra popular, guitarra clásica, cello, batería, teclado, piano, violín, saxofón, dibujo infantil, ballet infantil, pre-ballet, jazz, pintura, dibujo y expresión corporal. Dentro de sus instalaciones cuenta con aulas con duela, salón de audiciones, ágora, área de cuerdas y pianos y 2 salones usos múltiples.

Parques.

Plaza Mayor

Dirección: Av. Matamoros y Calle Ramón Corona Col. Centro.

Descripción: Es una explanada de aproximadamente 28 mil metros cuadrados, cuenta con un asta monumental de 67 metros de altura y la bandera de 20 metros de alto por 30 de ancho, la cual es uno de los íconos principales de este municipio. Frente a ella se construye el moderno edificio que albergará a la Presidencia Municipal.

Alameda Zaragoza

Dirección: Avenida Juárez y Donato Guerra s/n Col. Centro.

Descripción: Área destinada para la visita de niños, jóvenes y adultos en la cual se pueden realizar actividades como jugar futbol, basquetbol y voleibol, además de caminar en la pista**.**

Parque Acuático Wet Laguna

Dirección: Torreón-Matamoros Km. 14, Matamoros, Coahuila.

Descripción: Wet Laguna ofrece una tarde agradable llena de diversión y alegría para todos sus visitantes, podrán disfrutar del Parque acompañados de su familia durante toda su estancia ya que contamos con actividades para todas las edades.

Bosque Venustiano Carranza

Dirección: Calle Juan Pablo y Avenida Matamoros s/n, Centro, 27001.

Descripción: Área con espacios destinados para practicar basquetbol, y frontenis. Además cuenta con una pista para caminar.

Parque Los Fundadores

Dirección: Calle Melchor Múzquiz S/N Col. Maclovio Herrera, C.P. 27190

Descripción: Lugar destinado para la visita familiar en donde se pueden realizar diversas actividades como: jugar futbol, basquetbol y voleibol, así como caminar en la pista.

PARQUE LAS ETNIAS / BOSQUE URBANO

Descripción: Parque desarrollado para mejorar el medio ambiente de Torreón y brindar un mejor esparcimiento y entretenimiento, a los visitantes y turistas. Como parte de las instalaciones que ofrece tiene:

- Dos áreas de juegos infantiles y explanadas amplias.
- Teatro al aire libre para eventos cívicos y culturales.
- Tres lagos artificiales donde se tiene una diversidad de fauna como gansos, patos, peces, tortugas y pavorreales.
- Invernadero para la reproducción de plantas de ornato entra las que predominan gardenias, rosales, buganvilias, jazmines, etc. y dos viveros.
- Área de oficina con exposición de fotos y un fabuloso mirador.
- Fuentes de sodas y áreas para acampar con servicio de agua potable.

Unidad Deportiva Torreón

Dirección: Boulevard. Revolución S/N Esq. Paseo de la Rosita C.P. 27250

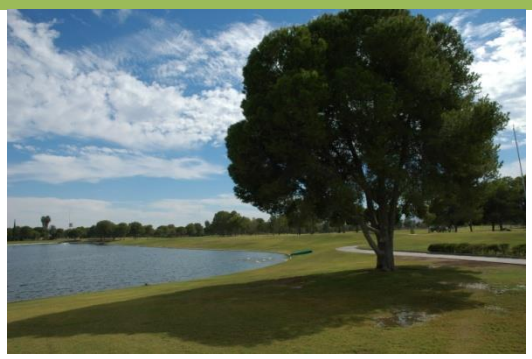
Descripción: Área destinada para la práctica de basquetbol, voleibol, futbol soccer profesional e infantil, caminata en la pista, béisbol, softbol, etc.

Clubes Deportivos.

Club Campestre de Torreón

Dirección: Paseo de Las Flores esq. Paseo del Campestre S/N Col. Campestre la Rosita. C.P. 27250

Descripción: Lugar reconocido por los espacios destinados a la práctica de golf, tenis y natación. Además cuenta con un área de gimnasio.



Club Campestre de Montebello

Dirección: Carretera Torreón Mieleras Km 1.5 C.P. 27259.

Descripción: En este exclusivo club se pueden practicar diversas actividades deportivas como son: golf, tenis, futbol, basquetbol, natación y spinning. Además cuenta con un gimnasio bien equipado.

Country Club Laguna

Dirección: Carretera Torreón - San Pedro Km. 9.5 Fraccionamiento Los Azulejos.
C.P. 27422

Descripción: Destinado a las actividades deportivas como son: golf, yoga y tenis. Es importante mencionar que también cuenta, dentro de sus instalaciones, con un gimnasio.

Club San Isidro

Dirección: Boulevard. Constitución s/n Entre calle Hamburgo y Av. San Isidro, Torreón Coahuila.

Descripción: Equipado con modernas instalaciones para la práctica de natación, basquetbol, béisbol, futbol, futbol americano, jai alai, frontenis, squash y caminata en la pista.

Parque España

Descripción: Club de deportes y recreación, el cual dentro de sus instalaciones tiene un restaurante y un salón para eventos que se encuentran disponibles para uso del visitante.

Ecoturismo.

Reserva Ecológica Sierra de Jimulco
Descripción: La Sierra de Jimulco se encuentra ubicada al sur de la ciudad de Torreón y su clima es desértico y destacan las coníferas por su altura, su fauna está conformada principalmente por coyotes, liebres y algunas clases de lagartijas además de aves de la región y otras migratorias.

Bibliotecas.

Biblioteca Pública Municipal
Descripción: La biblioteca del municipio de Torreón ofrece diferentes servicios o instalaciones entre las que destacan: la sala de consulta y la sala infantil con libros orientados a los niños.

Biblioteca Manuel José Othón
Dirección: Boulevard. Constitución 179 Norte Col. Los Ángeles. Descripción: Este espacio educativo está compuesto por diferentes salas como son: la sala general, la de consulta y la infantil, a las cuales pueden tener acceso tanto los habitantes del municipio como los visitantes o turistas.

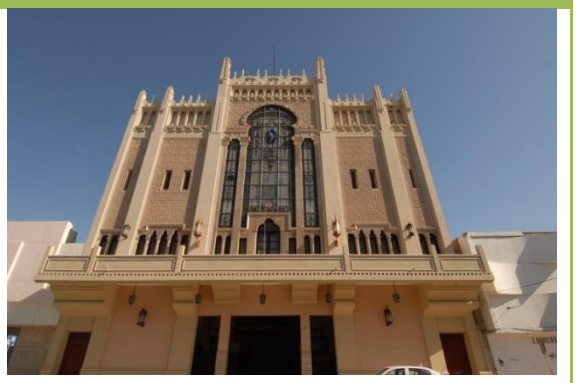
Teatros.

Teatro Nazas
Dirección: Calle Cepeda #155 Sur. Colonia Centro. Descripción: A pesar de los 50 años de historia de este majestuoso recinto, su fachada destaca por arquitectura con fuertes tintes modernos. Inicialmente albergó un cine y hoy en día una enorme estructura en tonos plateados y recubrimiento de zinc lo caracterizan.

Teatro Isauro Martínez

Dirección: Galeana #73, Sur. Colonia Centro.

Descripción: Con 82 años de existencia, este magnífico recinto es uno de los edificios más esplendorosos de todo el país.



Auditorio Municipal de Torreón

Dirección: Avenida Colón.

Descripción: Construido hace 40 años, actualmente es un lugar dedicado al entretenimiento general en el cual se presentan actividades con música. Además funciona como estadio de baloncesto, para funciones de box y lucha libre, exhibiciones automovilísticas, ferias y exposiciones de diversos giros comerciales.

Estadio Revolución

Dirección: Av. Juárez y C. Juan Gutemberg S/N Av. Juárez y C. Juan Gutemberg S/N.

Descripción: Estadio utilizado para la práctica de deporte y eventos de béisbol.

Coliseo Centenario

Dirección: Carretera a San Pedro y Periférico S/N E. Ignacio Allende.

Descripción: Centro de espectáculos cuya composición arquitectónica es basada en el coliseo romano. Diseñado para albergar cualquier tipo de evento, ya sea cultural, deportivo, espectáculos, exposiciones, entre otros. Dentro de sus instalaciones destacan: la torre de acceso con elevador al área de palcos, bar y restaurante en la planta baja, locales comerciales en el primer y segundo nivel, confortables palcos con internet y estacionamiento para 1300 autos.

Estadio Territorio Santos Modelo

Dirección: Carretera Torreón-San Pedro Km 7 y Carretera Paseo del Águila S/N

Descripción: Proyecto único en su tipo en toda América Latina, presentado en 2007, que no sólo abarca el aspecto deportivo del Club Santos Laguna, sino que busca el desarrollo y crecimiento de la Comarca Lagunera. Sala de trofeos, auditorio, centro de alto rendimiento, escuela de futbol, edificio de fuerzas básicas y la Parroquia de Todos Los Santos son algunas de sus instalaciones.

Eventos Turísticos importantes.

Maratón Lala
Descripción: Fundado por Don Ramón Iriarte Maisterrena. Los récords del Maratón Lala, son reconocidos como las mejores "Marcas en Territorio Nacional" por la Federación Mexicana de Atletismo. Se realizó por primera vez en 1989 con tan solo 434 inscripciones y para 2008 ya contaba con 4,295 corredores inscritos.

Número total de rutas del destino turístico.

Actualmente en Torreón y su zona de influencia se cuenta con 3 rutas turísticas en operación.

1. Ruta "Coahuila Sur"

Esta ruta se realiza en dos días. El día 1 inicia con un desayuno en el municipio de Parras para después partir hacia el Pueblo Mágico de Viesca, realizando una primera escala en la Ex Hacienda de Santa Ana de Hornos. El siguiente punto a visitar es el Museo Municipal de Viesca, donde a través de un recorrido guiado, el visitante conocerá la historia y tradiciones del pueblo. Este recorrido incluye también la visita de algunos edificios históricos, además de llegar al lugar donde resguardan al milagroso Santo Niño de Atocha, después los visitantes podrán degustar una deliciosa comida norteña en el Parque Juan Guerra. Por la tarde se realiza una visita a la Villa de Bilbao donde se dispondrá de un buen tiempo para disfrutar del atardecer en las Dunas de Bilbao. Ya entrada la tarde, se retorna al municipio de Parras para pernoctar. El segundo día se realiza una visita al Santo Madero, además de una visita al Colegio de San Ignacio de Loyola y se da un tiempo libre a los visitantes para comer y dar un paseo por las tiendas de dulces regionales, campechanas, vinos y mezclilla.

Este recorrido es operable todo en año e incluye: transporte turístico, guía, entradas, un desayuno, una comida, una noche de hospedaje y seguro.

Contacto:
AVENTURarte Coahuila / Agencia de Servicios Turísticos
Adrián Alberto Sánchez Ortiz
Tel. Cel. 842 423 53 03
www.aventurartecoahuila.com
facebook. Aventurarte Coahuila
twitter aventurartecoah
whatsapp 842 423 53 03
e-mail aventurarte.coahuila@gmail.com

2. Ruta del Nazas al bravo.

Esta ruta se desarrolla una vez al año en el mes de noviembre y refiere a una travesía de mil kilómetros durante tres días, por la cual pilotos de cuatrimotos y vehículos todo terreno, atraviesan los desiertos de Coahuila en el paseo denominado “Del Nazas al Bravo”, cruzando el estado desde La Laguna hasta ciudad Acuña.

La aventura inicia en la explanada de la Plaza Mayor en Torreón, teniendo como primer objetivo el municipio de Cuatro Ciénegas. Al día siguiente se reanuda el recorrido hasta la comunidad de El Melón, en el municipio de Múzquiz, donde los pilotos disfrutan de una noche de campamento con cena y música de banda.

La última parte del trayecto un recorrido de 270 kilómetros, arribando a la meta instalada en la Macroplaza de Acuña, donde se dará la gran recepción a los participantes procedentes de las diversas regiones de Coahuila y los estados de Chihuahua, Durango, Jalisco, Nuevo León y Sinaloa.

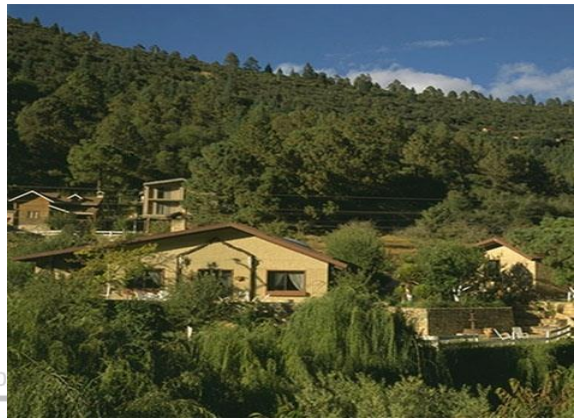
Ilustración 49 Rutas de Pueblos Mágicos

Contacto:
CANACO Torreón

3. Ruta de los Pueblos Mágicos de Coahuila

Ruta turística visitando los cuatro pueblos mágicos de Coahuila: Arteaga, Parras de la Fuente, Cuatro Ciénegas y Viesca, incluye hospedaje, alimentos, visitas guiadas y experiencias como degustación de vinos de las casas vitivinícolas de Parras, visita al Cañón de la lima y degustación de dulces regionales. La duración de esta ruta es de 7 días y 6 noches.

Contacto:
Servicios Turísticos de Coahuila (SERTUCO).
Ing. Luis González Arocha.
Tel: (869) 696 05 85
cel: (045) 866 137 50 34
Correo electrónico: dmcdecoah@hotmail.com.
Página Web: www.rutadeldesierto.com.mx



Parras de la Fuente

Viesca

Arteaga

Cuatro Ciénegas

En pro de impulsar el desarrollo de nuevos productos turísticos, particularmente bajo los segmentos de naturaleza, cultural, salud, religioso y deportivo, además de fomentar la articulación de los diversos agentes del sector turismo para ofrecer productos integrados, la Secretaría de Turismo del Estado de Coahuila, tiene planeado desarrollar otras rutas y circuitos regionales que impactan tanto a Torreón como a su zona de influencia.

A continuación se detallan aquellas que se encuentran en su fase de planeación y desarrollo.

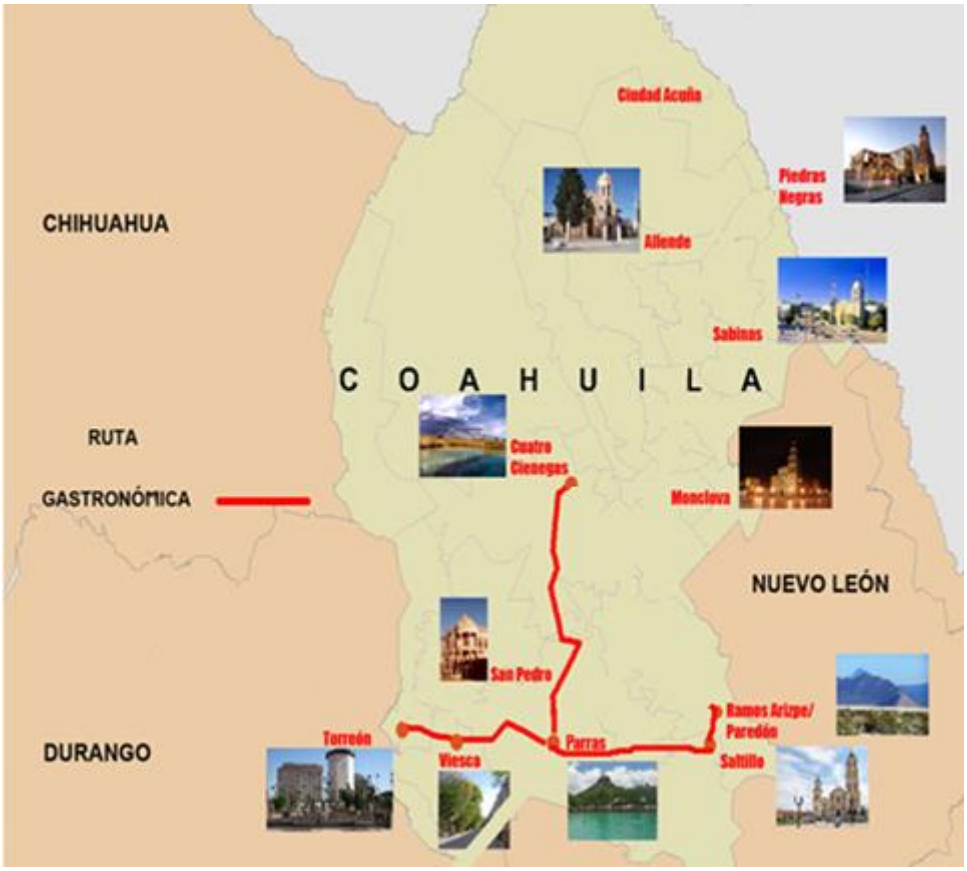
Ruta Gastronómica.

Esta ruta está integrada por los municipios de Saltillo, Ramos Arizpe, Parras, Cuatro Ciénegas, Viesca y Torreón y el atractivo principal de la misma lo conforma la gastronómica típica de cada localidad, además de un sinfín de actividades complementarias a realizar en cada uno de los destinos.

Ilustración 50 Ruta Gastronómica

Punto	Ruta	Actividades Gastronómicas	Actividades Complementarias
1	Saltillo-Parras	Desayuno: Pan de Pulque Comida: Cabrito, Enchiladas Rojas Cena: Migas con Huevo	Museo del Desierto Museo de las Aves Alameda de Zaragoza Recorrido en Tranvía Leyendas en el Museo de la Catrina
2	Parras-Cuatro Ciénegas	Desayuno: Tamales de Puerco Comida: Asado de Puerco Cena: Birria, Vinos o Licor de Granada	Santuario de Nuestra Señora de Guadalupe Hacienda San Lorenzo Acueductos Estanque La Luz Casa Madero
3	**Cuatro Ciénegas-Viesca**	**Desayuno: Machaca con huevo** **Comida: Guisado de Carne con Chile** **Cena: Dulce de Calabaza y Biznaga**	**Senderismo, bicicleta de montaña y paseos a caballo en los alrededores de las pozas**
4	Viesca-Torreón	Desayuno: Jocoque, requesón ,bollos, huevo y tortillas de harina. Comida: Famoso Asado de puerco con siete sopas conocido como RELIQUIA Cena: Dulce de Dátil, Leche quemada y los famosos mamones	Dunas de Bilbao Hacienda de Hornos Balneario Juan Guerra Salinas
5	**Torreón**	**Desayuno: Gorditas de harina con guisados** **Comida: Carne asada** **Cena: Pan dulce, pay de dátil**	**Visitar el Cristo de las Noas** **Bosque urbano** **Museo Arocena**

Ilustración 51 Mapa Ruta Gastronómica



Coahuila "Tierra del Cabrito" – Ruta del cabrito.

Coahuila es un estado que destaca por la calidad de la carne que produce, ya sea de res, ternera o cabrito. Bajo este contexto y aprovechando el hecho de que se cuentan con importantes majadas de cabrito en diversas regiones del estado, aunado a la alta demanda que tienen los platillos elaborados a base de este, se considera factible el desarrollo de la Ruta del Cabrito, la cual está integrada por los municipios de Saltillo, Arteaga, Ramos Arizpe, Parras de la Fuente, Cuatro Ciénegas, Viesca y Torreón.

Tabla 20 Ruta del Cabrito

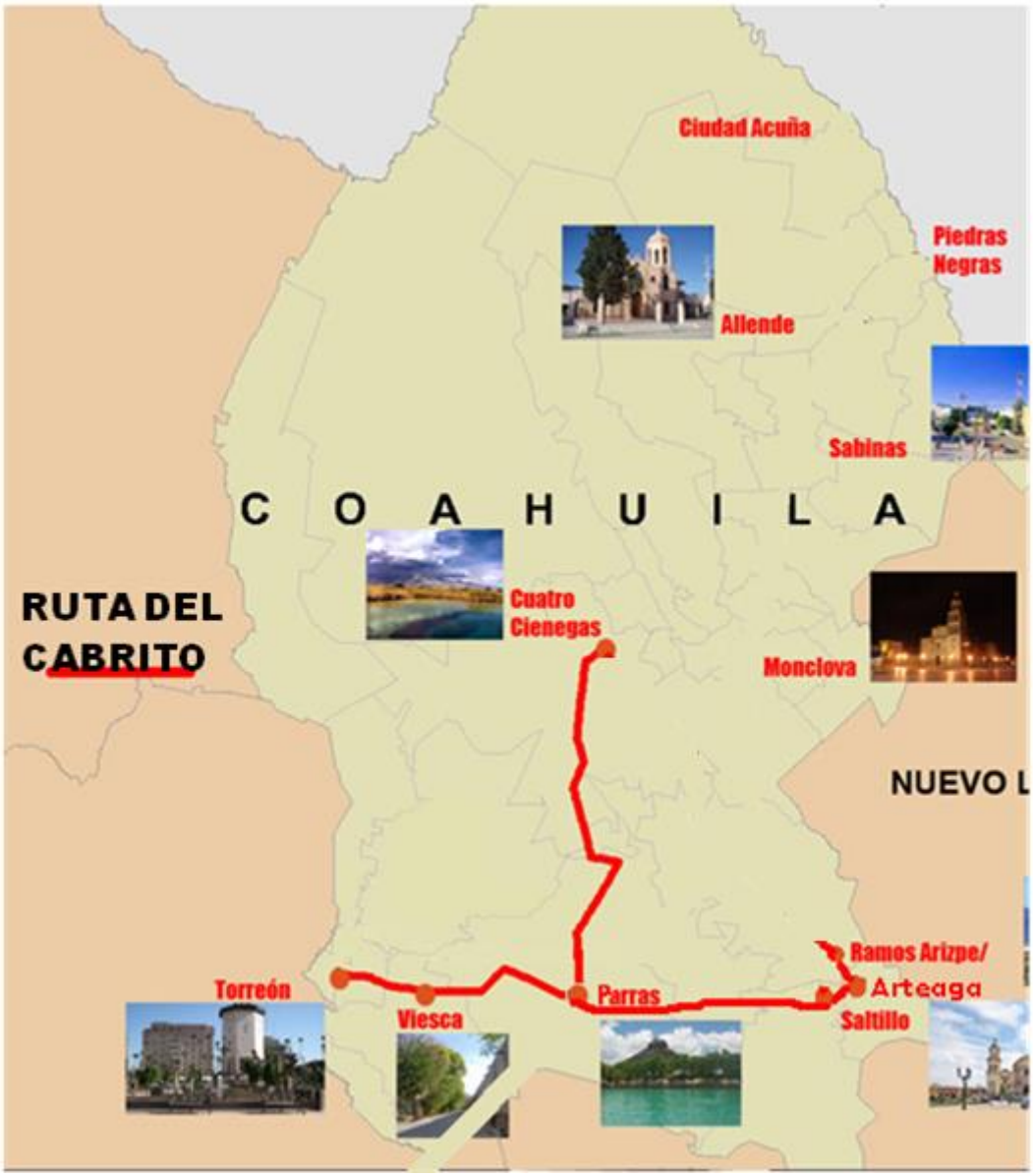
Municipio	Platillo	Restaurante	Actividades complementarias
Saltillo	Cabrito al Pastor /Machitos/ Principio de fritada con arroz/	El Principal	**Recorrido por Catedral de Santiago, visita a los museos: del Palacio, de la**

	Parillada/Parrillada mar y tierra. Se acompaña de arroz, cebolla asada, salsas molcajeteadas, tortillas de harina y maíz y totopos.		**Revolución, de los Presidentes, de la Catrina, del Sarape y trajes mexicanos, de la Cultura Taurina, de las Aves, del Desierto, el Giroscopio, del Normalismo; así como el Recinto Cultural Universitario, la Casa Purcell, el Centro Cultural Vito Alessio Robles, el Archivo Municipal; además de la Casa del Artesano y otras tiendas de artesanías/souvenirs. Entre los parques a considerar, podemos mencionar: Parque las Maravillas, Plaza de Armas, Alameda Zaragoza, Gran Bosque Urbano "Ejército Mexicano", Biblioparques sur y norte, Parque Ecológico "El Chapulín. Además de los recorridos turísticos a bordo del tranvía.**
	Chilitos rellenos de cabrito/Cabrito horneado/ Torta de cabrito con chorizo estilo español, en pan hecho en casa	Don Artemio	
	Cabrito al pastor: Paleta, Pecho, Riñonada, Pierna, Cadera/ Machito/ Fritada/ *Parrilladas:* Mixtas de Cabrito y Carne Todo los platillos acompañados de papa y cebolla asada, salsas, tortillas de harina y maíz y totopos.	La majada de Don Paco	
Arteaga	Fritada Los platillos se acompañan de arroz, salsas, tortillas de harina y maíz	Restaurante los Arcos de San Antonio de las Alazanas (solo los domingos o sobre pedido)	**Paseo de la acequia, la tiendita de Mariela, La Casa de Carranza. El Museo de las Momias, paseos de carácter ecoturístico por las sierras de Arteaga.**
Ramos Arizpe	Cabrito adobado	Casa de l Sr. Miguel Flores y Pedro Aguirre (Comidas para llevar sobre Pedido)	**Visita a Termas de San Joaquin para disfrutar de un agradable chapuzón en aguas azufrozas. Además de realizar actividades ecoturísticas y de aventura (tirolesa, gotcha, senderismo, entre otras) en El complejo El Saucito.**
Cuatro	Cabrito al Ataúd	La Casona y	**Recorrido histórico –**

Ciénegas		Las Misiones (Sobre pedido)	**cultural por el Centro Histórico de Cuatro Ciénegas (Museo Carranza, Presidencia Municipal, Iglesia de San José, tiendas de artesanía, etc.), además de visitar el área natural protegida (Poza Azul y dunas de yeso)**
Torreón	Guisado de cabrito, cabrito al pastor, cabrito en salsa de tomate, machito la mexicana, cabecitas de cabrito , acompañado de papa, salsa molcajeteada	La Majada	**Recorrido por el centro histórico incluyendo la visita a algunos museos, así como una visita al Cristo de las Noas.**
Viesca	Cabrito en salsa con verduras, cabrito dorado con papas	Fonda Peri, Fonda Paty, Restaurante los Arcos (Sobre pedido)	**Recorrido por el centro histórico y a las Dunas de Bilbao.**
Parras	Cabrito Adobado Frito Acompañado de sopa de arroz	Casa Vieja (Sobre pedido)	Visita al museo del vino, al Santo Madero, además de los recorridos de leyendas y espectáculo de los murciélagos en la Ex Hacienda El Perote

(Coahuila)

Ilustración 52 Ruta del Cabrito



(Coahuila)

Circuitos Turísticos Regionales a desarrollarse

T

Circuito Torreón – Viesca – Parras-Torreón
Duración 2 días, 1 noche
Tour por los principales atractivos de Torreón, traslado al Pueblo Mágico de Viesca, visita al Pueblo Mágico de Parras, regreso y pernocta en Torreón

II

Circuito Torreón – Cueva del Tabaco –Viesca- Torreón
Duración 1 día, 1 noche
Visita a la Cueva del Tabaco, traslado a Viesca, regreso y pernocta en Torreón.

II

Circuito Torreón – Jimulco
Duración 1 día, 1 noche
Visita a la Reserva Ecológica de Jimulco, regreso y pernocta en Torreón.

II

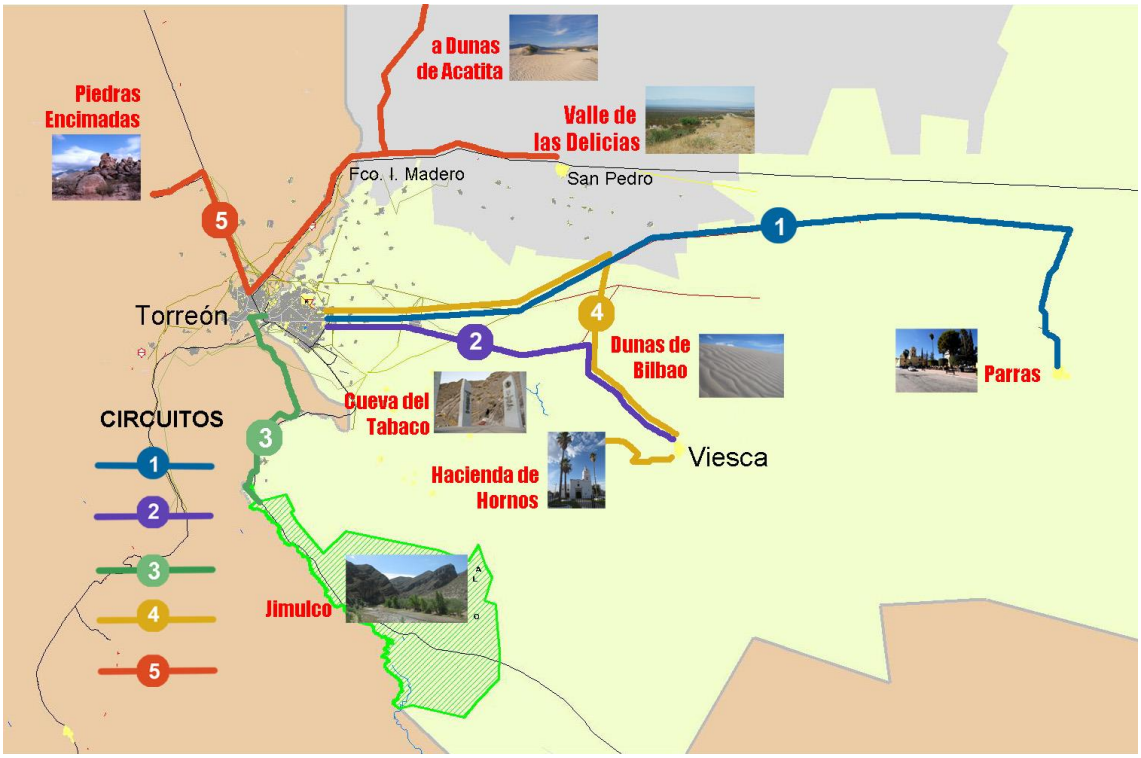
Circuito Torreón-Dunas de Bilbao-Hacienda de Hornos-Torreón.
Duración 2 días, 1 noche
Visita a las Dunas de Bilbao, pernocta en Torreón, visita a la Hacienda de Hornos.

1

Circuito Torreón-Dunas de Acatita-Valle de las Delicias-Piedras Encimadas-Torreón.
Duración 2 días, 1 noche
Visita a las Dunas de Acatita, traslado al Valle de las Delicias, traslado y pernocta en Torreón, visita a Piedras Encimadas.

(Coahuila)

Ilustración 56 Rutas Desarrollo Turístico.



(Coahuila)

Rutas turísticas locales a desarrollarse.

2

Ruta Sitios Históricos: Canal de La Perla, Casino Laguna, Catedral del Carmen, Banco Chino, Teatro Nazas, Teatro Isauro Martínez.

3

Ruta Cultural 1: Complejo Turístico Religioso Cerro de las Noas, Museo de los Metales, Museo Arocena, Museo Regional de La Laguna.

4

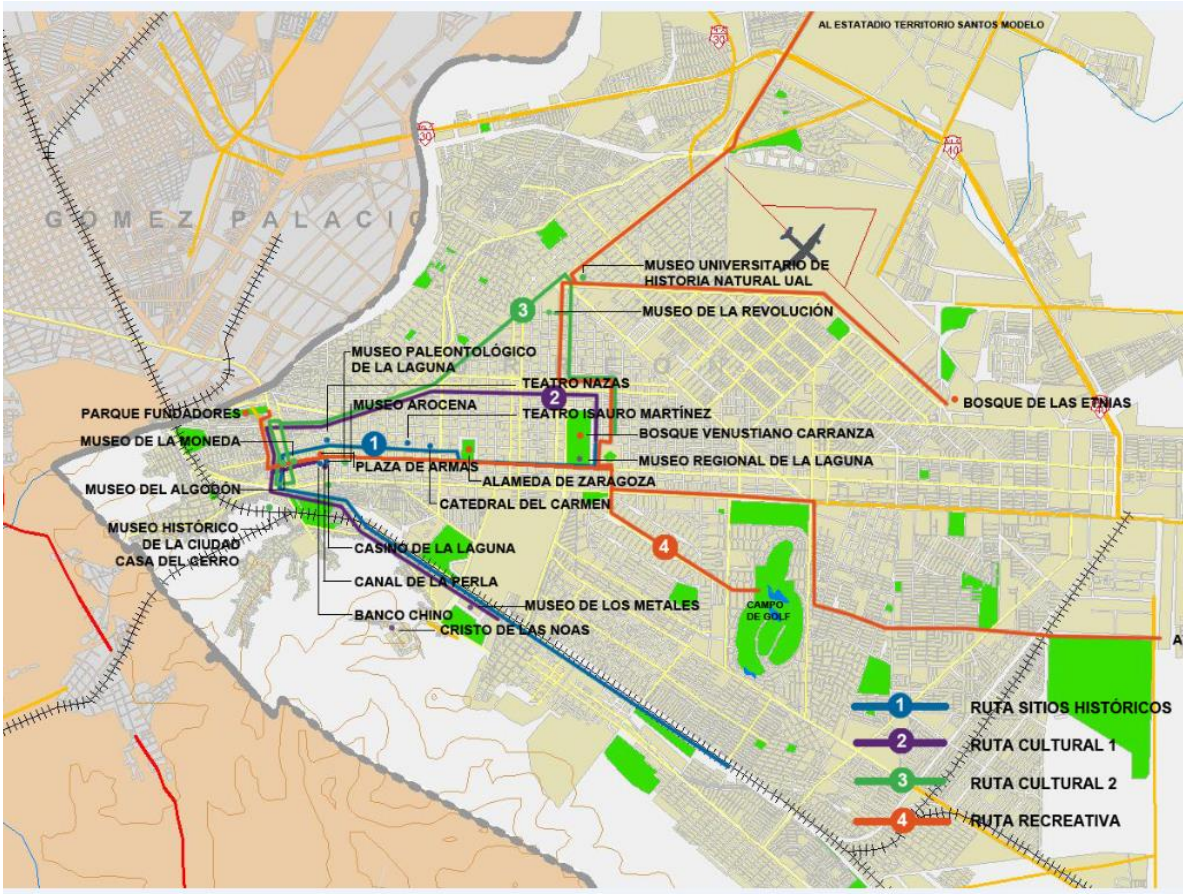
Ruta Cultural 2: Museo Paleontológico de la Laguna, Museo de la Moneda, Museo del Algodón, Museo del Ferrocarril, Museo Histórico de la Ciudad Casa del Cerro, Museo Universitario de Historia Natural UAL, Museo de la Revolución.

5

Ruta Recreativa: Plaza de Armas, Alameda Ignacio Zaragoza, Bosque

Venustiano Carranza, Parque Fundadores, Bosque de las Etnias, Estadio Corona, Campos de Golf, Aviario Lira.
(Coahuila)

Ilustración 57 Rutas Turísticas Locales.



(Coahuila)

<u>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.</u>

No se tiene registro en Torreón de declaratorias parte de la UNESCO ni de CONACULTA.

Total de rutas turísticas.

El Total de rutas Turísticas funcionando en Torreón son 4 antes mencionadas.

Se tienen propuestas de 2 Rutas turísticas Estatales que permitan conocer gran parte de Coahuila 5 Circuitos Regionales que permitan conocer los atractivos turísticos cercanos a Torreón.

Ilustración 58 Circuitos Estatales Propuestos.

Circuitos Regionales cercanos Propuestas.

Ilustración 59 Circuitos Regionales cercanos Propuestas.

Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios.

Tabla 21 Inventario de Atractivos y prestadores de servicios.

Destino Turístico Torreón Coahuila.	
Inventario de atractivos y Prestadores de servicios turísticos.	
Sitios de Interés.	8
Museos.	11
Hoteles.	31
Agencias de viajes.	30
Restaurantes.	103
Bares.	16
Establecimientos de alimentos y bebidas.	120
Rutas turísticas.	4
Centros Culturales.	3
Parques.	7
Clubes Campos de Golf.	6
Ecoturismo.	1
Teatros.	4
Centros Recreativos.	4
Eventos turísticos importantes.	6
Centros empresariales y Convenciones.	2
Aerolíneas.	5
Bibliotecas.	2
Plazas Comerciales.	9
Servicios Turísticos.	2
Suma Total	374

Declaratoria de zona de monumentos históricos.

Se tienen registrados por parte del Instituto Nacional de Antropología e Historia (Catálogo nacional del INAH) a la fecha en el Municipio de Torreón 82 bienes muebles entre casas, iglesias, como la de Nuestra Señora de Guadalupe, comercios El Torreoncito ex hacienda, casa de la Cultura en la Flor de Jimulco, Hotel El Salvador, etc. Y se siguen haciendo registros durante este año.

Entre ellos encontramos: Casino de la Laguna, edificio Comermex, el Banco Chino, Teatro Isauro Martínez, El Torreoncito, Hotel El Salvador, Reloj de Casa Lack y la Torre de la Fundidora. Además existen estatuas erigidas en honor a la Soldadera, al Hombre de Campo. Al Quijote y Sancho Panza, a Gibran Jalil Gibran, Benito Juárez y a Alberto Eintein

(GCE), G. d. (2007). *Encuesta.*

Amarilla, S. (s.f.). *http://www.seccionamarilla.com.mx/resultados/agencias-de-viaje/coahuila/2.*

CANIRAC. (s.f.). *TORREON.*

CIDE, C. d. (2007, 2012). *Indice de Competitividad de las Ciudades Mexicanas.*

CIDE, C. d. (2009).

Coahuila, S. d. (s.f.). *Base de Datos.*

Competitividad, I. M. (2012). *INdice de Competitividad Urbaba.*

CONEVAL. (2012).

Electicidad, C. F. (2011). *Balance Nacional de Energia.* Secretaria de Energia.

Empleo, S. N. (2012). *Feria del Empleo de Turismo en Torreon.*

FGD, P. Y., & SNSP. (s.f.).

IMCO. (2012). *-Nueva política turística para recuperar la competitividad del sector y detonar el desarrollo regional.* Instituto Mexicano para la Competitividad.

IMCO, I. M. (2012). *Indice de Competitividad Urbana.*

INEGI. (1970, 1980, 1990 y 2000). *Censos Generales de Poblacion y Vivienda.*

INEGI. (1995 y 2005). *Conteos de Poblacion y Vivienda.*

INEGI. (2003). *Cuadernos Estadisticos Municipales.*

INEGI. (2010). *Censo de Poblacion y Vivienda.*

INEGI. (2011). *Perspectiva Estadística Coahuila de Zaragoza.*

INEGI. (2012). *Anuario Estadistico de Coahuila.*

INEGI. (2012). *Anuario Estadistico de Coahuila.*

MÉXICO, o. D. (2013). *UBSECRETARIA DE PLANEACION TURISTICA.*

Minimos, C. d. (s.f.). *Diario Oficial de la Federación .*

Municipal, D. d. (2012). *Reporte.*

Municipal, D. T. (2013). *Datos Recabados en Entrevistas a Funcionarios.*

Municipal, P. d. (2014).

Plazo, P. S. (2011,2017). *http://www.coahuilatransparente.gob.mx/BD/PlanSectorial/PLAN%20ESTATAL%20DE%20TURISMO%202011%202017.pdf.*

Población, C. N. (2010). *INdice de Migracion Urbana.*

Policial, n. D. (Dic 2013). *http://www.icai.org.mx/ipmn/Documentos/Torreon/23-I%20IndicadoresDesempeñoPoliciaDic2013.pdf.*

Social., C. N. (2012). *Anexo Estadistico de Pobreza en Mexico.*

Torreon. (2013). *Informe de Gobierno.*

Torreon, M. d. (2010,2013). *Plan de Desarrollo Municipal.*

Visitantes, O. d. (2012). *OCV.*

Gasto promedio de turistas.

No se tienen datos

Número de actividades de ocio disponibles.

Tabla 22 Actividades de Ocio Disponibles en Torreón.

No	Actividades de Ocio Disponibles en Torreón.	
	Nombre	Época del año.
1	El Parque Fundadores	Durante todo el Año
2	Alameda Ignacio Zaragoza.	
3	La Plaza Mayor,	
4	Feria del Algodón	Mes de Septiembre
5	Antigua Plaza de Toros	
6	Nuevo Coliseo de Torreón	
7	Maratón Lala en el Bosque Venustiano Carranza	Febrero y Marzo
8	Laguna Open	Julio y Agosto
9	Feria de la Laguna	
10	Festival del sol	
	DEPORTES	
11	Estadio TSM	Durante todo el Año
12	Estadio Revolución	
13	Coliseo Centenario.	

3.2 DEMOCRATIZACION DE LA PRODUCTIVIDAD TURISTICA

Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico.

El plan de desarrollo turístico de Torreón promueve la realización de proyectos y actividades destinadas a fortalecer el crecimiento económico de Torreón, para emprender una gestión proactiva en materias de protección ambiental y de promoción del turismo con el fin de potencializar el desarrollo turístico.

Durante los últimos 4 años el estado de Coahuila presenta una tasa de crecimiento ocupacional del 3,2%, con un ingreso promedio mensual de $5,208.00 pesos.

Los sectores más ocupados en el mismo período en el sector turístico en Coahuila fueron del 2.4%.

Respecto de la estratificación por nivel de puestos conforme a personal operativo; mandos medios y directivos el sector turístico tiene un nivel de 92.7 % operativo, 2.8% mandos medios y 4.5% directivo.

Durante el mes de octubre se llevó a cabo la Feria del empleo de turismo en Torreón, donde se ofertaron entre 800 y 900 empleos para este sector.

- Referencias:

- (Coahuila)
- (Empleo, 2012)
- ((GCE), 2007).
- (Minimos)
- (CONEVAL, 2012)
- (Municipal P. d., 2014)
  (MÉXICO, 2013).
- (Torreon, 2013)

○ Informe de Gobierno 2012	○ InformeContenido2012.pdf
○ Informe de Gobierno Estadístico 2012	○ InformeEstadistico2012.pdf

○ Informe de Gobierno 2013 Contenido	○ InformeConenido2013S.pdf
○ Informe de Gobierno 2013 Estadístico	○ InformeEstadistico2013.pdf

Nivel de bienestar.

El Estudio de Competitividad Urbana mide el bienestar y las capacidades de la fuerza laboral y de la población en general, como una aproximación a la calidad del capital humano en las ciudades. Se consideran aspectos como la cobertura y calidad de la educación así como las condiciones generales de salud. También se incluyen indicadores sobre equidad de género en la distribución del ingreso y las condiciones de vida de la población a partir de la calidad de las viviendas. Los indicadores que componen al subíndice son:

- Grado promedio de escolaridad (años de educación de la población mayor a 15 años)
- Calidad educativa (% de alumnos en niveles de logro Bueno y
- Excelente de matemáticas en la prueba ENLACE a nivel básico,
- medio y medio superior)
- Población con educación media superior y superior (como % de la población mayor a 18 años)
- Mortalidad infantil (decesos de menores de un año por cada mil)
- Médicos (por cada mil habitantes)
- Viviendas con drenaje (por cada 100 viviendas habitadas)
- Viviendas con piso de tierra (por cada 100 viviendas habitadas)
- Viviendas deshabitadas (por cada 100 viviendas)
- Ingreso promedio de la mujer (en relación al ingreso promedio del hombre)

La siguiente Tabla describe el subíndice de Sociedad incluyente preparada y sana como indicador de bienestar para destacar el nivel de las diferentes ciudades en este índice.

Se puede observar que La Laguna aparece como una Zona Metropolitana con más de un millón de habitantes y ocupando un lugar de competitividad media junto con ciudades como Puebla-Tlaxcala y Toluca.

Ilustración 60

III. SOCIEDAD INCLUYENTE, PREPARADA Y SANA

Tabla III.1. Resultados en el subíndice de *Sociedad* por tamaño de ciudad y grupo de competitividad, 2010

Tamaño de ciudad (población)	Grupo de competitividad					
	Alta	Adecuada	Media alta	Media baja	Baja	Muy baja
Más de 1 millón		7. San Luis Potosí – Soledad	13. Monterrey 14. Valle de México 29. Guadalajara 32. Querétaro 36. Toluca 37. La Laguna 40. Puebla – Tlaxcala	53. Tijuana 54. León 61. Juárez		
De 500 mil a 1 millón		3. Hermosillo 6. Villahermosa 10. Durango 12. Culiacán	16. Chihuahua 18. Aguascalientes 19. Xalapa 20. Tuxtla Gutiérrez 21. Mexicali 24. Pachuca 27. Veracruz 28. Saltillo 30. Morelia 31. Oaxaca 35. Tampico – Pánuco 38. Mérida 39. Cuernavaca	47. Cancún 49. Irapuato 65. Reynosa – Río Bravo	68. Acapulco 70. Poza Rica	
De 250 a 500 mil	1.Ciudad Victoria 2. Zacatecas – Guadalupe	4. Campeche 5. La Paz 8. Tepic 9. Ciudad Obregón 11. Mazatlán	15. Monclova – Frontera 17. Tlaxcala – Apizaco 22. Colima – Villa de Álvarez 25. Los Mochis	41. Puerto Vallarta 42. Celaya 44. Coatzacoalcos 46. Ensenada 50. Matamoros 51. Córdoba 52. Nuevo Laredo 56. Cuautla 58. Tapachula 62. Minatitlán 63. Salamanca 64. Uruapan 66. Orizaba	69. Tehuacán 76. Zamora – Jacona	
Menos de 250 mil			23. Ciudad del Carmen 26. Chilpancingo 33. Chetumal 34. San Juan del Río	43. Manzanillo 45. Guanajuato 48. Los Cabos 55. Piedras Negras 57. Tula 59. Ocotlán 60. Guaymas	67. Cárdenas 71. La Piedad – Pénjamo 72. Tulancingo 73. Tecomán 74. San Francisco del Rincón 75. Rioverde – Ciudad Fernández	77. Tehuantepec – Salina Cruz

En un estudio semejante realizado por el CIDE, sobre el Índice de Competitividad de las Ciudades Mexicanas, en el factor Sociodemográfico, el

Cide Ubico a la Zona Metropolitana de Torreón en 2007 en la Posición 18 y el mismo estudio del 2012 coloca a La ZM de Torreón en una posición más abajo: 25-

- Referencias:

(IMCO I. M., 2012)

(CIDE, Indice de Competitividad de las Ciudades Mexicanas, 2007, 2012).

Salario promedio diario de cotización.

La Comisión de Salarios Mínimos, en el Diario Oficial de la Federación fija los salarios mínimos generales y profesionales que estarán vigentes a partir del 1 de enero de 2013.

El documento da a conocer también que para fines salariales la República Mexicana se dividió en dos áreas geográficas, A y B. Coahuila pertenece a la zona B.

La determinación del Consejo de Representantes de esa Comisión establece que la cantidad mínima que deberán recibir en efectivo los trabajadores por jornada ordinaria de labores en el área geográfica A, será de 64.76 pesos, mientras que en la B, de 61.38 pesos.

Coahuila tiene en su categoría de Salario mínimo autorizado la categoría suficiente para tener un nivel de bienestar para sus habitantes considerando al sector turístico para esta asignación.

Tabla 23 Población económicamente activa por tipo de actividad.

Actividad	Número de Personas	Porcentaje
No Turísticas	41,999,244	89%
Turísticas	366,356	.8%
Relacionadas al turismo	4,843,091	10.3%
Total	47,208,691	100%

CIDE, 2008

Más de dos terceras partes (69.8%) de las personas empleadas en el sector Turístico laboran en hoteles y servicios de hospedaje.

Las tres actividades que le siguen (transporte aéreo con 8.6%, agencias de viajes con el 6.6% y Transporte turístico con 5.3%), resultan significativamente menores.

Fuente. (CIDE, 2009)

Número de empleos (directos) en el sector Turístico.

El sector Turismo es la que ocupa al mayor número de jóvenes entre 16 y 24 años de edad (23.9%).

En promedio de posición en el trabajo asalariado, en el sector turístico del 63.5%.

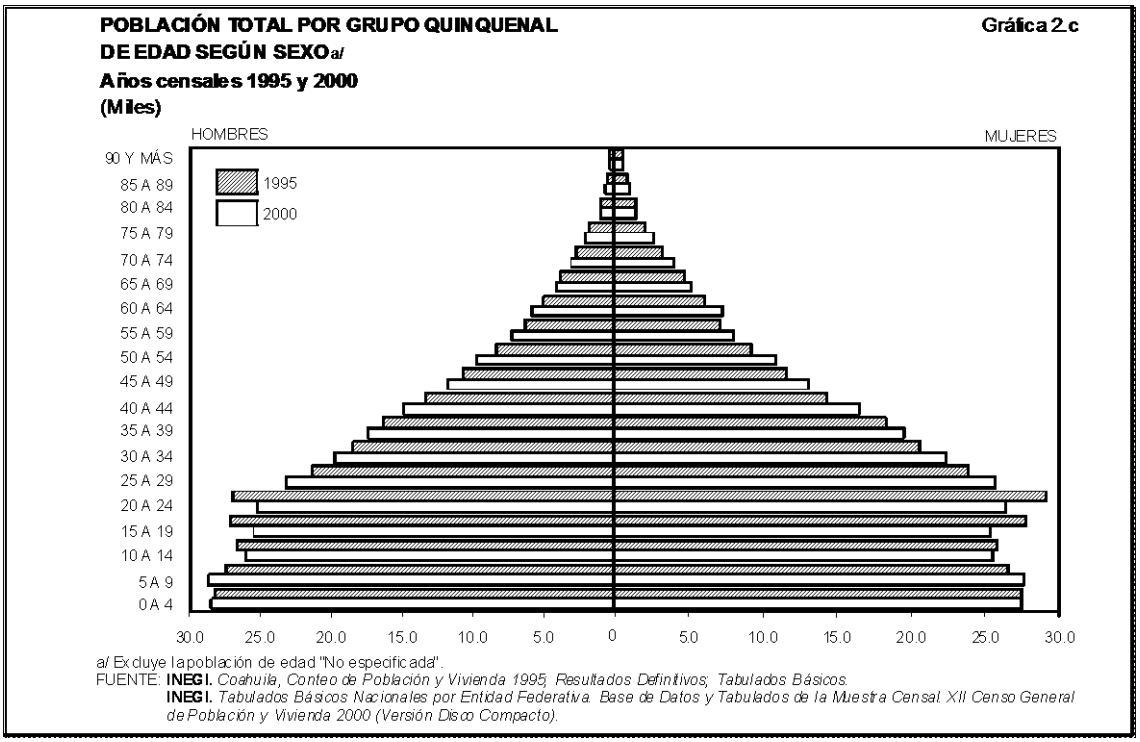
Tasa de desocupación.

La tasa de desocupación en Coahuila creció en el último trimestre del año, al pasar de 70 mil a 77 mil personas.

Según el Gobierno del Estado, durante el primer trimestre del año eran 70 mil personas las que se encontraban inactivas. En tres meses 7 mil ciudadanos se sumaron a la tasa de desocupación.

En octubre del 2013 la tasa de desempleo fue del 0.24% menor a la registrada en igual al mes de octubre del 2009. Pero superior al 0.14% del mes de septiembre del mismo año.

Ilustración 61



(INEGI, Cuadernos Estadisticos Municipales, 2003)

Índice de Rezago Social.

El índice de rezago social en Torreón se identifica por las carencias que se tienen principalmente en las colonias del municipio en donde por su irregularidad legal y el tipo de asentamiento no se pueden introducir los servicios básicos como agua, luz y drenaje, todo esto provocado por la invasión de terrenos, lo cual limita estos servicios.
En los registros se tienen coberturas del 90 al 95% en satisfactores a nivel local y regional al índice es de un 10 a un 20% de rezago.

Referencia: (Social., 2012)

Índice de Marginación.

Tabla 24 Índice de Marginación

Entidad federativa /	Población total	Índice de marginación	Grado de marginación	Lugar que ocupa	Lugar que ocupa

Municipio				en el contexto estatal	en el contexto nacional
Torreón	577477	-1.89617377	Muy bajo	37	2432

De acuerdo al “Índice de Marginación Urbana 2010” realizada por el Consejo Nacional de Población quien es un Órgano Desconcentrado de la Secretaría de Gobernación, nos da un ranking ubicando al municipio de Torreón en el lugar 37 de 38 en el Estado de Coahuila y lo ubica en la posición 2,432 de un total de 2,454 municipios como uno de los municipios con menor rezago social en el país.

Referencia: (Población, 2010)

Medición del impacto social y productivo del turismo – SAM.

El SAM es un convenio creado para conjuntar esfuerzos y recursos para impulsar acciones que privilegien la conservación y el aprovechamiento racional de los recursos naturales, el desarrollo de las comunidades rurales e indígenas, así como la rentabilidad de las empresas turísticas a través del fomento, desarrollo, difusión y promoción del ecoturismo, turismo rural y demás actividades de turismo de naturaleza, dentro de un marco de sustentabilidad y competitividad.

Para el destino Torreón se tiene la siguiente información: Contribuye con el 1.01% del PIB nacional. En 2 años se perdieron 28,063 empleos del sector comercial torreonense.

El objetivo del Plan de Desarrollo Municipal es posicionar a Torreón como una ciudad competitiva y atractiva para invertir, hacer negocios y viajar, implementaremos diversos proyectos, a través de los cuales, crear la marca Torreón como herramienta diferenciadora en la promoción económica del territorio; generando las condiciones propicias para hacer de Torreón un territorio atractivo como destino.

También se ha fijado como objetivo inmediato el desarrollar el turismo para sostener el impacto social y productivo en el municipio con el fortalecimiento del ecoturismo, promociones turísticas, el programa Ciudades Hermanas, turismo de nicho, y proyectos turísticos rurales.
Referencia: (Torreon M. d., 2010,2013).

Encadenamiento productivo del sector.

Las perspectivas de las tendencias mundiales de acuerdo a proyecciones de la Organización Mundial del Turismo para el año 2020 alcanzarán las 1,560 millones de llegadas, con un crecimiento promedio anual del 4.1%[1].

De acuerdo a las tendencias esperadas se prevé que:

- Continúe el crecimiento de mercados de mayor edad;
- Los avances tecnológicos cobren cada vez mayor importancia en la etapa de la planeación del viaje;
- Continúe la prioridad que toma el turismo recreativo y tradicional sobre el de negocios; y
- La seguridad en el trayecto y en el destino siga convirtiéndose en un factor decisivo para los turistas potenciales.
- Las llegadas internacionales se sitúen en 1500 millones al 2020

Las actuales tendencias del turismo apuntan hacia una diversificación del producto dejando atrás el tradicional de sol y playa, surgiendo segmentos con intereses y requerimientos específicos, lo que permite una amplia gama de opciones y de destinos diferenciados.

El turismo ha desempeñado un papel fundamental en el desarrollo económico de México, registrando una tendencia ascendente en la captación de ingresos y visitantes. Sin embargo, la globalización económica mundial, la reorientación de las preferencias de los turistas, el desarrollo de nuevos productos y el incremento en los viajes de largo recorrido han aumentado la competencia entre los distintos centros turísticos del país en su intento por lograr una mayor participación de mercado.

La situación anterior ha originado que los gobiernos y empresas privadas de las entidades participantes en el mercado turístico hayan iniciado un intenso proceso de modernización y consolidación de su oferta turística. En consecuencia el Estado enfrenta la necesidad de fortalecer e incrementar la competitividad de sus destinos y productos turísticos

Con base en las experiencias que las propias circunstancias propician, se ha detectado que el desarrollo de agrupamientos industriales y de servicios son importantes instrumentos de política económica para modernizar y fortalecer ampliamente la competitividad de una rama o sector económico; en la entidad

[1] Consejo de Promoción Turística de México, Situación del Sector Turístico, lamina 3.El turismo en el Mundo, fuente OMT

se tiene el claro ejemplo de los clústeres de los sectores estratégicos automotriz, acero y metalmecánico, en los cuales participa la Ciudad de Torreón, Coahuila.

La conformación de estos agrupamientos empresariales ha arrojado suficiente evidencia sobre las condiciones que deben cumplirse para que las empresas integradas, logren operar bajo esquemas de competitividad y mejoramiento continuo.

El turismo se desempeña como palanca de desarrollo que actúa como una cadena de valor muy amplia que ayuda a la generación de empleos directos, indirectos y que contribuyen a disminuir la marginación.

En referencia al desarrollo del turismo en el país la inversión en el sector se caracteriza por su considerable dinamismo. De acuerdo a la Secretaría de Turismo la inversión privada en 2010 en el sector fue del orden de más de 3,500 millones de dólares. 19% más que en 2009.

En el 2010, México recibió un total de 83.6 millones de llegadas de turistas hospedados con una mayor participación del turismo doméstico ya que el 73.2% de los visitantes hospedados son nacionales, mientras que los turistas extranjeros representan el 26.8% del total.[2]

El tema de la competitividad toma una gran importancia, ya que el turismo implica por un lado, altos estándares de calidad en la prestación de los servicios y por otro la optimización y maximización de los beneficios de la actividad, tanto para los inversionistas como para las comunidades receptoras, elementos que se alcanzan con mayor facilidad cuando se dan los agrupamientos de negocios.

Otro aspecto importante a considerar es la innovación de sus productos que permitan atender el cambiante comportamiento y demandas de los mercados.

Al año 2004, la industria manufacturera de Coahuila, representó 37.76% del PIB estatal y el comercio, restaurantes y hoteles aportaron el 19.59%, así mismo el sector de servicios comunales, sociales y personales contribuyó con el 11.67%. Esta última es una de las ramas de la economía con mayor dinamismo, dentro de las cuales se encuentran empresas turísticas de servicios.

[2] Fuente: Compendio Estadístico de Turismo en México, 2010 SECTUR.

Por su parte, el comercio, restaurantes y hoteles en la economía estatal concentran a 110,362 personas, ocupadas en el sector turismo de la entidad, lo que representa el 10.03% del total del personal ocupado[3] .

En 2010 generó una derrama de 7,280 millones de pesos en servicios relacionados con el alojamiento, alimentos, bebidas y esparcimiento. Sin embargo, hay segmentos, como el turismo de negocios, el cultural y de naturaleza, que tienen amplias perspectivas de crecimiento, pero sería necesario dar un fuerte impulso a la construcción de infraestructura, al desarrollo de destinos turísticos integralmente planeados, a la promoción, operación turística y a la clusterización de los destinos o regiones.

Se distingue una progresiva evolución de la economía coahuilense con propensión hacia el fortalecimiento del turismo, como una actividad económica que hasta ahora ha mantenido bajo perfil, pero que ofrece un potencial considerable para su consolidación competitiva en el país ya que el turismo se desempeña como palanca de desarrollo que actúa como una cadena de valor muy amplia que ayuda a la generación de empleos directos e indirectos que contribuyen a disminuir la marginación a través de prácticas productivas, que involucran a las comunidades y permiten el desarrollo de segmentos turísticos diferenciados acordes con la vocación regional del territorio.

Coahuila ofrece un conjunto de atractivos de singular importancia e interés; la belleza de ecosistemas del desierto con vestigios y muestras vivas de los orígenes de la vida natural en el planeta, una importante actividad cinegética, así como múltiples hechos y sitios de trascendencia histórica en la conformación política del país, presentan a la entidad como un destino distinto en el contexto turístico nacional e internacional.

No obstante el turismo en Coahuila, aún no se perfila como importante para impactar en la economía del Estado, podría considerarse que apenas despierta a la diversificación, pues si bien es cierto que existe un sólido mercado en el segmento de negocios en las ciudades de Torreón y Saltillo, principalmente, éste se da de manera aislada, en forma individual y no de grupo, con un mínimo de interacción con los demás atractivos locales con potencial turístico mucho mayor.

Como cabecera de región, la ciudad de Torreón es el centro de la actividad turística estatal de acuerdo a su importancia en la participación de cuartos de la oferta hotelera, tiene 24% total del Estado (Fuente, Secretaría de Turismo de Coahuila). Es el principal puerto aéreo en la entidad ya que recibe al 75%[4] de

[3] Anuario Estadístico de Coahuila de Zaragoza 2011.
[4] Anuario Estatal de Coahuila de Zaragoza 2011, página 446.

los pasajeros que arriban. Por su industria, mantiene un turismo de negocios fuerte, así como de reuniones y convenciones; presenta el área de oportunidad para impulsar la artesanía de la plata, el turismo de naturaleza en la Sierra y el Cañón de Jimulco, el Cristo de las Noas para el religioso, entre otros, por lo que habrá que hacer esfuerzos organizados para fomentar el agrupamiento, involucrando a empresas, gobierno, comunidad investigadora y la Universidad.

3.3 SUSTENTABILIDAD TURISTICA.

Tratamiento de aguas residuales y pluviales.

En la región se observan cuatro principales usos del agua, que en orden de importancia son: agrario (89 %); público urbano (7 %); pecuario (2 %) e industrial (2 %). Del total del volumen utilizado para satisfacer estas demandas, el 60,6 % se extrae del subsuelo mediante el aprovechamiento de los acuíferos principales: Ceballos, y Oriente Aguanaval; el 39.4 % restante del volumen proviene de aguas superficiales.

Se tiene el 80% de cobertura de agua potable en el Municipio.

- Referencia: (MÉXICO, 2013)

Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación.

Actualmente Simas cuenta con un proceso para tratar el 99.9 por ciento del agua residual de Torreón, lo cual se realizan mediante la Planta de Tratamiento o la Planta Clarificadora.

El líquido tratado es utilizado en actividades agrícolas, áreas verdes e industriales.

El producto del proceso de la Planta de Tratamiento, con una capacidad para mil 900 litros por segundo, cumple con una norma que permite el uso agrícola.

Además de la planta tratadora por parte de SIMAS de Torreón, hay varias empresas tratadoras de agua en el municipio como; Ecoambiental de la Laguna, Realtec S.A. de C.V., Aqua Tecnología de la Laguna.

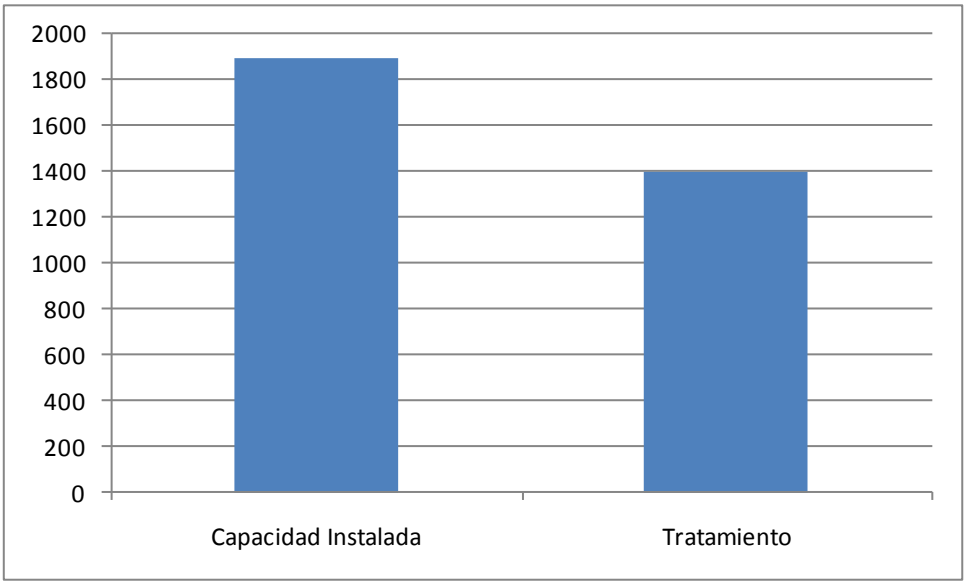
Por tanto se contabilizan 4 plantas tratadoras de agua residual en operación.

Sin embargo, y de acuerdo con la información del Censo Municipal realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en el Municipio de Torreón existe únicamente1 punto de tratamiento de agua residual, mismos que representan una capacidad instalada de 1,900 litros por segundo, sobre los cuales se registró un caudal de 1,400 litros por segundo, lo que significa que la productividad de los puntos de tratamiento de agua residual es de 73.7%. En este sentido, si se evalúa el crecimiento medio anual del número de viviendas en el periodo 2000-2010, el cual es de 3.3% se observa una baja demanda de servicios sanitarios, por lo que no se considera que se requiera de nueva infraestructura de saneamiento de manera urgente.

La siguiente tabla muestra que se tiene una sobrecapacidad para el tratamiento de aguas residuales en 2012.

Sobre capacidad de tratamiento.

Ilustración 62 Grafica Capacidad de Tratamiento de aguas residuales



PDE 2011-2017

Conforme a la información reflejada en el diagnóstico de sustentabilidad elaborado en el Municipio de Torreón en el 2013 se tenía información de que para el año 2011 se trataba el 90.17% de las aguas residuales. El Sistema Municipal de Aguas y Saneamiento de Torreón (**SIMAS**), empleaba tratamiento secundario y terciario, y estos se llevaban a cabo en el ejido Rancho Alegre, dentro del municipio de Torreón. El tratamiento secundario contaba con una capacidad de 1,900 litros por segundo y operaba al 68% respecto a su capacidad total; y consistía en fangos activados y lagunas de oxidación.

La capacidad total del tratamiento terciario era de 50 litros por segundo, el tratamiento era de tipo físico-químico y operaba al 50% de su capacidad. La planta de tratamiento secundario inició sus operaciones en el año 2003 y su vida útil era de 25 años. La calidad del agua permitía que se pudiera incluso utilizar en la agricultura. En el año 2007 había iniciado operaciones la planta de tratamiento terciario, contaba con una vida útil de 20 años y aportaba agua que se utilizaba en servicios e industria. La descarga de aguas residuales no tratada representaba un problema de magnitud regular y se estimaba que el 9.33% de los drenajes descargaban a cielo abierto. Asimismo, el 100.0% de los establecimientos de hospedaje estaban conectados a la planta de tratamiento.

- Referencia: (MÉXICO, 2013)

Referencias:

- (Torreon, 2013).

Informe de Gobierno 2012	InformeContenido2012.pdf
Informe de Gobierno Estadístico 2012	InformeEstadistico2012.pdf
Informe de Gobierno 2013 Contenido	InformeConenido2013S.pdf
Informe de Gobierno 2013 Estadístico	

Porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado.

Las personas con acceso a drenaje es de 99.21 y sin acceso a drenaje ni servicio sanitario representan el 0.79% y con servicio de agua entubada el 99.96 %, sin agua entubada el 0.04% de la población.

El consumo promedio de agua utilizado por cada cuarto de hotel es de 133 litros al día.

Infraestructura y equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos.

El manejo responsable de los desechos sólidos es una prioridad en el municipio de Torreón.

Los desechos sólidos son depositados en el relleno sanitario intermunicipal, ubicado en el km. 5 rumbo a Saltillo, (fuera de la mancha urbana), el cual cumple con la **NOM-083-SEMARNAT-2003**. La Asociación Civil “Sustenta” que

realizó estudios en el relleno sanitario, cuyos resultados fueron: cantidad generada de residuos per cápita en el municipio es de 1.01 kg por día.

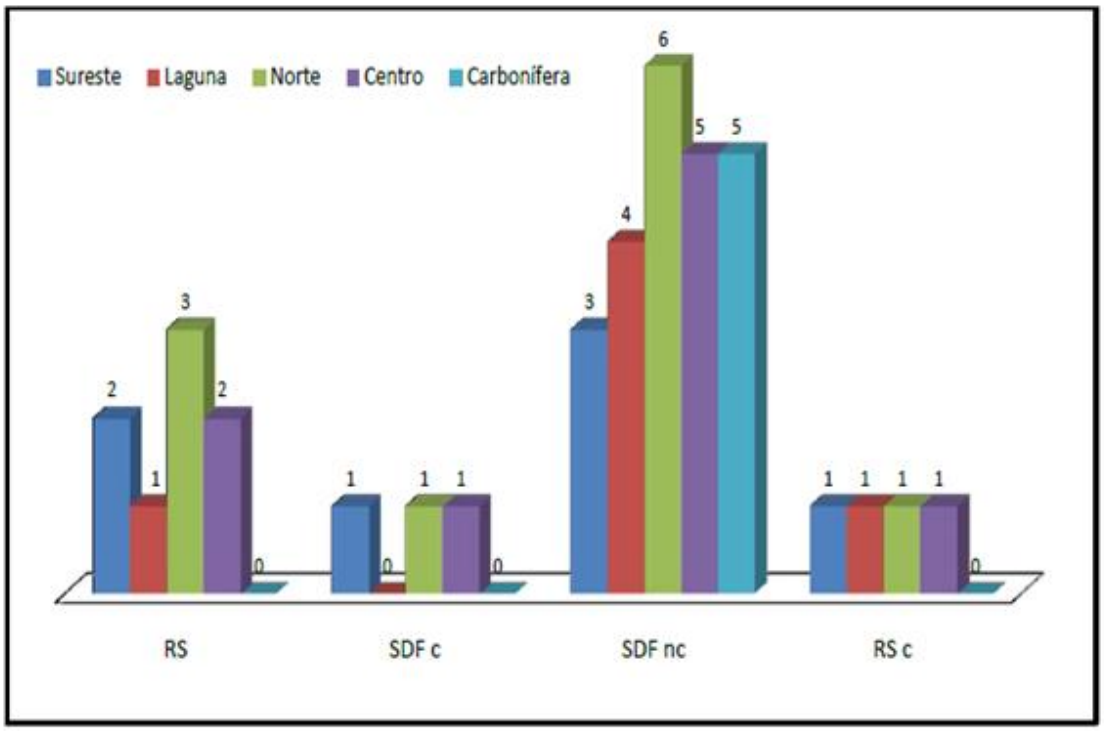
Los hoteles realizan su propia recolección de residuos sólidos.

En el Municipio se cuenta con rutas establecidas que cubren la demanda, sin embargo hay 7 colonias donde es difícil el acceso del camión recolector.
Se proponen esquemas para optimización de procesos relacionados con el sector y se promueve una colaboración tripartita:

a) ciudadana responsable e informada;
b) empresarial corresponsable;
c) proactiva y organizada de las autoridades estatales y municipales.

Los residuos orgánicos procedentes de alimentos se generan en mayor proporción (12.73%), le secundan los de trapo (10.56%), luego LPDE –polietileno de baja densidad– (10.06%), papel (9.04%) y desechos de jardinería (7.86%).

Ilustración 63 Cantidad de SDF en Coahuila por situación y región 2012.



RS = Relleno sanitario, SDF c = Sitio de disposición final controlado, SDF nc = Sitio de disposición final no controlado, RS c = Relleno sanitario en construcción.

Normatividad ambiental (Planes y programas en materia de educación ambiental).

El Destino turístico Torreón, tiene como Planes y Programas las directrices del Estado.

Planes dentro de los retos que el Organismo de Limpieza del Municipio de Torreón tiene está el “Esquema Mixto” para recolectar los residuos (orgánicos e inorgánicos). Y tener un Relleno Sanitario que sea Municipal.

Programas. Centros de acopio “Puntos Limpios” y “Puntos Verdes”.

Desarrollo de acciones que fomenten la creación de infraestructura para rehúso, reciclaje y aprovechamiento material o energético de los materiales contenidos en los desechos, con participación de los tres órdenes gubernamentales y de los diversos sectores involucrados en la generación y en el manejo de residuos.

Cabe mencionar que tanto el Ayuntamiento de Torreón como las escuelas y las empresas han participado y han implementado la cultura y educación del ambiente, siendo con planes como la reforestación, con la donación de más de 14 mil árboles, la campaña de verificación vehicular, la instalación de centros de transferencia que han aliviado la crisis de acumulación de residuos sólidos en muchos espacios de la ciudad y la campaña de separación de desechos en las escuelas.

Los programas ambientales de este año presentan un avance de alrededor del 70 por ciento. El centro de verificación vehicular está trabajando al cien por ciento, llevando a la fecha más de 5 mil automóviles verificados y de acuerdo a las condiciones que se están observando, se puede adelantar que para fin de año la cifra puede llegar a unos 10 mil automóviles revisados.

Para llevar a cabo los Programas: Centros de acopio “Puntos Limpios” y “Puntos Verdes”, se consideran las siguientes líneas de acción:

1. **Solicitar permisos y autorizaciones para su implementación.**

   De acuerdo al artículo 38 de la Ley para la Prevención y Gestión Integral de Residuos para el Estado de Coahuila de Zaragoza, se requiere

autorización de la Secretaría de Medio Ambiente de Coahuila para llevar a cabo las etapas del manejo integral de residuos de manejo especial establecidas en las fracciones II, III y de la V a la XII del artículo 37. (Separación, Reutilización, Acopio, Recolección, Traslado o transportación, Co-procesamiento, Tratamiento, Reciclado y Disposición Final). Las autorizaciones se otorgarán por tiempo determinado.

2. **Inventario de sitios elegibles para instalación de mobiliario y equipo para "Puntos Limpios" y "Puntos Verdes".**

   De acuerdo a lo dispuesto por otras áreas de vinculación como Desarrollo Social, Infraestructura, Obras Públicas, etc., se registrarán diversos sitios elegibles de acuerdo a características previamente especificadas para la instalación de estos Puntos.

3. **Inventario de centros de acopio mayoristas y otros centros de acopio de residuos peligrosos, para la venta y confinación de los mismos.**

   Se llevará a cabo un listado de centros de acopio regionales que puedan adquirir lo acopiado en estos Puntos; así como un listado de los centros de confinación de materiales peligrosos que se acopien en estos Puntos.

4. **Elaboración de estrategia de difusión.**

   Las estrategias para la difusión de este programa será a base de:

   - Reuniones informativas: En las cuales se describirá el proceso de la correcta separación de residuos.
   - Distinción de contenedores de residuos, mediante imágenes que indiquen el tipo de residuo que se acopiará en cada uno de los contenedores.
   - Presentación oficial del programa.
   - Envío de correos electrónicos con información en trípticos, posters.
   - Lonas informativas que describan e inviten a separar los residuos.
   - Información y publicidad en las redes sociales.
   - Capsulas informativas en televisión y radio.

- Lonas informativas por la ciudad.
- Carteles en misceláneas y súper mercado.
- Periódico.
- Espectaculares en paradas de transporte urbano.

5. **Elaboración de estrategia de evaluación y seguimiento.**

   - La reducción en producción de basura.
   - Monitoreo con el personal de los Puntos.
   - Tomar una muestra y aplicar un instrumento de investigación-evaluación.
   - Monitorear a los usuarios de los Puntos, los productos y tipos de alimentos que eligen para consumir en el área.

6. **Elaboración de Programa de mejora continua.**

   Incluir un programa sistematizado que permita seguir al pie de la letra en su totalidad lo establecido en él, para conocer los cuellos de botella que puedan ser corregidos y mejorados para un buen desarrollo.

7. **Elaboración de un cronograma de acciones**.

   Las actividades de este programa se organizará de acuerdo a las principales áreas del programa ambiental, y el calendario se agrupará en trimestres, para fines de abordarlo en un tiempo máximo de 6 años, es decir lo que dura la administración pública.

8. **Creación de Brigadas responsables de los "Puntos Limpios" y "Puntos Verdes".**

   Para contar con un desarrollo óptimo del programa es indispensable contar con responsables para cada acción o actividad. Esta brigada podrá ser sometida a una consulta pública o mediante convocatoria.

9. **Talleres y capacitación sobre Separación de Residuos Sólidos a la brigada responsable y al público en general.**

A través de capacitación (pláticas y talleres) sobre Separación de Residuos Sólidos los integrantes de cada brigada y el público en general obtendrán el conocimiento para el manejo adecuado de la separación estos residuos.

10. **Acopio de material.**

Mediante el llenado de formatos establecidos se recibirán los residuos sólidos, teniendo un registro que será utilizado para la evaluación, seguimiento y mejora del Programa.

11. **Recolección de residuos.**

En caso de recibir solicitudes de recolección de residuos y a lo dispuesto en el punto 1, se podrá acudir a la recolecta para después hacer el ingreso al Punto más cercano.

12. **Confinación de otros residuos.**

Ya que en algunos Puntos se recibirá residuo peligroso, tales como pilas, celulares o equipo de cómputo, se podrá hacer el traslado a un centro de confinamiento.

13. **Venta de residuos.**

Traslado de los residuos sólidos acopiados a un centro mayorista para su venta.

14. **Destinación de recursos económicos obtenidos.**

Con los recursos económicos obtenidos de la venta de los residuos sólidos acopiados se podrán destinar al desarrollo de otros programas sociales-ambientales como reforestación, limpieza y embellecimiento de plazas en diversas colonias.

Acciones de conservación del Patrimonio

El municipio de Torreón cuenta con un reglamento que regula el patrimonio de los bienes inmuebles, así como la dirección de desarrollo urbano aprobada en el 2002. Reglamento de Protección y Conservación de los Edificios y Monumentos que integran el Patrimonio Cultural de Torreón, Coah.

Aprobado y ordenada su publicación en la sesión de cabildo efectuada el 30 de Noviembre de 1990. Este reglamento significa para Torreón salvaguardar su patrimonio en todos los ámbitos, sean reservas naturales, patrimoniales, históricas y culturales.

Áreas naturales protegidas.

Pese a que Torreón es una zona semi-desértica, hay una gran variedad de flora, entre ella podemos encontrar orégano (conocido en La Flor de Jimulco como el oro verde), maguey, sotol, mariola, cenizo, gobernadora, ocotillo, lechuguilla, cactus, biznaga, diferentes tipos de nopal, sangre de grava, joroba, pinos y candelilla.

Sus áreas protegidas identificadas son:

- **Sierra y Cañón de Jimulco**

La Reserva Ecológica Municipal “Sierra y Cañón de Jimulco” se encuentra en el municipio de Torreón en el estado Mexicano de Coahuila, fue establecida por Acuerdo de Cabildo del Republicano Ayuntamiento de Torreón el 27 de junio del 2003, ocupa la región sureste del citado municipio y comprende alrededor del 44 por ciento del territorio del mismo, convirtiéndose así en un ejemplo a nivel nacional en cuanto a la proporción de territorio protegido para la conservación y manejo sustentable de recursos naturales.

Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado.

La Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), cuenta con los decretos regionales y locales.

En el estado de Coahuila se tienen identificados dos ordenamientos ecológicos por parte de esta Secretaría, en la Región Cuenca de Burgos y el programa de ordenamiento ecológico de Cuatro Ciénegas.

En Torreón solo se cuenta con un plan de ordenamiento ecológico para el área de protección de la Sierra de Jimulco y el Cañón de la Cabeza cuyo contenido se encuentra en el apartado de áreas protegidas naturales.

Para llevar a cabo un Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado, se consideran las siguientes líneas de acción:

1. *Formación de un Comité de Ordenamiento Ecológico*.

2. *Realizar un estudio técnico*

El estudio técnico deberá incluir: caracterización, diagnóstico, pronóstico y propuesta.

3. *Vinculación y coordinación con diversas instituciones*.

Para el desarrollo eficaz de este estudio se requerirá de la buena coordinación y vinculación entre dependencias de gobierno y organizaciones no gubernamentales de las que se obtendrá información o personal de apoyo.

4. *Identificar los sectores por actividad*.

A través de las instituciones y del avance del estudio técnico se podrá ir desarrollando la sectorización de la región o regiones por actividad productiva.

5. *Talleres de planeación participativa*.

Como parte de la participación social en la construcción del programa de ordenamiento ecológico está la realización de talleres de planeación participativa donde se trabajará directamente con representantes de toda la región para cada uno de los sectores.

6. Elaboración de mapas de aptitud sectorial.

Estos mapas, que son construidos por los propios sectores con el apoyo del grupo técnico, representan las áreas que, a consideración de los propios sectores, contienen las características ambientales y sociales para el desarrollo de cada una de las actividades, presentando además un gradiente de mayor aptitud a menor aptitud.

7. *Consulta pública*.

Esta consulta pública es un momento de influencia dentro de este proceso, y es puesta a disposición del público en general, a través de Internet o físicamente en los lugares destinados para ello, durante 60 días hábiles o lo dispuesto por el Comité y por los lineamientos vigentes.

Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico.

Desde hace un año se realiza por parte de la Dirección de Turismo en Torreón, en coordinación con **FONATUR** (Fondo Nacional de Fomento al Turismo), para detonar el turismo en la zona, derivado a que el municipio enfrenta problemas que afectan su desarrollo turístico, como el deficiente servicio de transporte, la falta de promoción al ecoturismo y el deterioro del Centro.

El Programa Estatal de Turismo 2011-2017 contempla en conjunto con **FONATUR** implementar una serie de programas en cada municipio para guiar el desarrollo turístico.

Identificar cuáles deben ser los énfasis del desarrollo y en dónde deben centrarse en los próximos 20 años Crear alianzas estratégicas con los tres niveles de gobierno federal, estatal y municipal. Involucrar al sector empresarial y privado como ONG´S en el desarrollo turístico del lugar. (Destino Turístico Torreón.)

La Dirección Municipal de Turismo, informo este 2013, la necesidad de integrar la oferta turística en las actividades económicas de la región. Se hace referencia al diagnóstico realizado por **FONATUR** el año anterior como el caso de la producción de plata, que la ciudad encabeza a nivel mundial, pero cuestiona que no hay información para que los turistas conozcan esta actividad o la promoción de productos de plata que sirvan como recuerdos.

Ordenamiento ecológico territorial decretado.

El Programa Estatal del Medio Ambiente 2011-2017 establece lo siguiente para la región lagunera; el desarrollo metropolitano y la actividad agrícola tecnificada han modificado de manera muy importante el ambiente original, por el uso de tierra, agua y químicos que requiere; los efectos negativos sobre el ambiente se registran principalmente en la pérdida de la calidad y cantidad de agua disponible, y en la erosión, desertificación y contaminación del suelo .recomienda que en las ciudades se cuente con al menos 9m2/habitante de áreas verdes que ofrezcan un ambiente sano a las personas.

El 76 y 75% de las actividades económicas (fuentes fijas) potenciales de emitir contaminantes al aire y los vehículos automotores respectivamente se concentran en las cabeceras municipales como Torreón.

Para lo cual se ha decretado un Programa de Ordenamiento Ecológico del Estado, durante esta administración, que promocione y garantice el desarrollo económico de la entidad y sus regiones, el crecimiento y distribución de los asentamientos humanos y la regulación de los usos del suelo para proteger el medio ambiente.

La Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (**SEMARNAT**), cuenta con los decretos regionales y locales.

En Torreón solo se cuenta con un plan de ordenamiento ecológico para el área de protección de la Sierra de Jimulco y el Cañón de la Cabeza cuyo contenido se encuentra en el apartado de áreas protegidas naturales.

Manejo de Riesgo.

Los sucesos ajenos a la voluntad de las autoridades y habitantes de un destino turístico, es un problema de todos, porque cualquiera los puede sufrir.

El sector turístico requiere estrategias específicas y una serie directrices capaces de preparar a las autoridades para gestionar las crisis desde su inicio hasta conseguir rápidamente la recuperación del territorio.

El turismo se han enfocado principalmente hacia las acciones de comunicación y promoción, sin embargo se ve necesaria una visión proactiva y completa de la gestión de crisis en el turismo y con mayor incidencia, si cabe, en la preparación y la planificación.

Los impactos potenciales de acontecimientos negativos que pueden afectar a destinos turísticos se han multiplicado en los últimos años.

El turismo es un sector vulnerable a la crisis y al mismo tiempo tiene una gran capacidad de recuperación.

El Destino Turístico Torreón tiene plenamente identificado de acuerdo a su actividad atractivos y estacionalidad, cuales pudieran ser en un momento dado los impactos potenciales que afectaría al sector turismo, sin embargo esta actividad no está exenta de afectar en grados mínimos el desarrollo de la misma.

Programas y diagnósticos en materia turística municipal.

El Programa de Desarrollo Turístico de Torreón, se elaboró por parte del Gobierno del Estado, el Ayuntamiento y FONATUR, el diagnóstico realizado por las partes tiene como objetivo general impulsar y fortalecer el desarrollo ordenado y sostenible de la actividad turística en el Municipio de Torreón.

Los aspectos más relevantes de este programa para llegar a varios diagnósticos fueron: Aspecto Socioeconómico, atractivos turísticos, históricos, culturales, recreativos, sitios de interés natural y ecoturismo, así como la

composición competitiva de Coahuila en materia de oferta turística, la situación turística de Torreón, etc. Llegando al siguiente diagnóstico:

- Torreón no está posicionado como un destino turístico.
- El turismo se enfoca primordialmente al segmento de negocios.
- Presencia de empresas emblemáticas.
- Existencia de personal capacitado.
- Pérdida de competitividad en los segmentos de alta derrama, particularmente 5 estrellas.
- Disminución de la ocupación y derrama turística (coyuntural).
- Poca atención a segmentos con potencial como el turismo alternativo (ecoturismo y aventura) y religioso.
- Los esfuerzos se han concentrado en el segmento cultural y en actividades deportivas (futbol), donde se puede crecer más.
- El tema de la plata ha sido poco aprovechado.

Aplicación de sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo.

Indicadores turísticos para el ejercicio de la evaluación y del seguimiento de las líneas de acción definidas en el Programa Sectorial de Turismo a corto y mediano plazo.

Tabla 25 Sistema de Indicadores de Sustentabilidad

Aplicación de Sistema de indicadores		**Metas**	
Indicador	Unidad de Medida	2012	2017
Consejos Instalados	Consejo	1	1
Gabinete Turístico Instalado	Gabinete	1	1
Comités Turísticos Regionales Formados	Comités	5	5
Sistema de Información Estadístico en Ejecución	Sistemas	1	1
Objetivo.- Atracción de Inversión.		Metas	
Indicador	Unidad de Medida	2012	2017
Programa de Financiamiento	Programa	1	6
Cartera de proyectos de inversión	Millones de pesos	0	50

anual.			
Objetivo.- Corresponsabilidad		Metas	
Indicador	Unidad de Medida	2012	2017
Convenios de colaboración firmados		3	18
Recursos Reasignados por año	Millones de pesos	45	600
Acuerdo celebrado	Acuerdo	1	6
Objetivo.- Desarrollo Regional		Metas	
Indicador	Unidad de Medida	2012	2017
Programa de regiones turísticas en ejecución Programa	Programa	1	5
Proyectos turísticos regionales en ejecución	Proyecto regional	7	36
Número de proyectos asesorados	Proyectos	10	50
Objetivo.- Segmentación e Innovación		Metas	
Indicador	Unidad de Medida	2012	2017
Programa de desarrollo de productos	Programa	1	5
Nuevos productos operando	Nuevos productos	2	12
Programa de Turismo Social	Rutas temáticas	1	5
Objetivo.- Infraestructura Turística		Metas	
Indicador	Unidad de Medida	2012	2017
Programa de infraestructura	Programa	1	6
Proyecto Centro de Convenciones y	Proyecto	0	1
de Negocios de Torreón	Proyecto		
Proyectos de iluminación artística	Proyecto	0	2
Proyectos ejecutados de Desarrollo	Proyecto	0	5
Turístico de la región Laguna	Proyecto		
Objetivo.- Competitividad		Metas	
Indicador	Unidad de Medida	2012	2017
Programa de capacitación y calidad	Personas capacitadas		500

Distintivos H entregados	Empresas Certificadas	50	300
Distintivos M entregados	Empresas Certificadas	40	240
Punto limpio entregados	Empresas Certificadas	40	240
Guías turísticos certificados	Guías Certificados	5	30
Certificaciones de Turismo en reuniones	Personas certificadas	10	150
Cartillas turísticas entregadas	Cartilla	0	6
Grupos de policías turísticos capacitados	Personal capacitado	0	60
Objetivo.- Promoción		Metas	
Indicador	Unidad de Medida	2012	2017
Plan estratégico de mercadotécnica	Estudio	1	1
Plan de medios realizados	Plan	1	6
Viajes de familiarización realizados	Viajes de familiarización	4	50
Ferias Turísticas asistidas	Evento	10	50
Marcas turísticas diseñadas	Diseño de marca	1	6
Operación y mantenimiento de la pág. WEB	Pág. WEB	1	1
Cooperativos con el CPTM realizados	Campaña	0	5
Campaña Promocional	Campaña	1	6
Campañas promocionales de regiones turísticas	Campaña	3	18

Dirección Municipal de Medio Ambiente

Planes y programas en materia de educación ambiental.

Uno de los planes y programas contemplados en materia ambiental para la Comarca Lagunera es el Programa para mejorar la calidad de aire en la región 2010-2015, (*ProAire* Comarca Lagunera), realizado por el Gobierno del Estado de Coahuila con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (**SEMARNAT).**

ProAire surgió por la necesidad de contar con una herramienta que sirva para definir acciones específicas para reducir y controlar la contaminación

atmosférica en la región, y para realizar un diagnóstico de la situación actual que guarda la zona en cuanto a la problemática de las altas concentraciones de contaminantes en el aire (principalmente partículas suspendidas y plomo), y de los datos de inventarios de emisiones en donde se visualicen las principales fuentes contaminantes en la región y sus alrededores; los aspectos demográficos e indicadores de salud pública que tengan una posible relación con la calidad del aire.

Actualmente Torreón y los municipios que conforman la Región Lagunera cuentan con redes específicas de monitoreo de la calidad del aire.

A cargo de la Secretaría de Ecología Municipal, en la actualidad existen en operación cinco equipos manuales para PST y uno para PM10 así como una estación meteorológica localizada en el Centro Cultural Mijares, que inició operación en febrero de 1999 y que para el mes de marzo de 2004 se complementó con datos de cuatro contaminantes criterio (CO, O3, SO2 y NOX).

Tabla 26 Ubicación de las estaciones de monitoreo de Gómez Palacio, Lerdo y Torreón.

Estación	Ubicación
Gómez Palacio El Campestre.	**Calle South del Monte y París, Col.**
Lerdo	**Instituto Tecnológico Superior de Lerdo**
Centro Cultural José R. Mijares Coahuila	**Av. Bravo y Calle 17 s/n; Torreón,**
Iglesia de la Divina Providencia Ortiz; Torreón.	**José Cueto No. 510, Col. Nazario**
Escuela Secundaria General 2 Oriente,	**Calzada Lázaro Cárdenas No. 450**
DIF Municipal Vencedora Torreón	**Blvd. Rev y Calle "A" s/n, Col.**
Escuela Secundaria General 3 Moctezuma; Torreón	**Calz. Juan E. Ortiz 137, Col.**

SEDETUR, Nov. 2012

También se cuenta con un laboratorio móvil para llevar a cabo campañas específicas de monitoreo ambiental en las ciudades de Torreón y Matamoros, lo cual complementa la información que se genera en las estaciones fijas de monitoreo.

La Dirección Municipal del Medio Ambiente lleva a cabo anualmente una campaña llamada “A limpiar el mundo, limpiemos Torreón” con jornadas intensivas de limpieza en los centros educativos con colaboración de grupos de estudiantes y maestros. Así como campañas para respetar y cuidar el medio ambiente en la que participan el Ayuntamiento y empresas privadas locales.

Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos.

El programa nacional de auditoría ambiental de certificación ante la PROFEPA fue implementado en el 2003, teniendo un aumento en su inscripción, aún cuando este proceso es largo y de mucho estudio por parte de la Procuraduría Federal de Protección al Medio Ambiente.

En la Laguna se cuentan con 35 empresas certificadas y 18 están en proceso. Entre las ya certificadas se encuentran; Met Mex Peñoles, John Deere, y en sector turismo el Hotel Galerías.

Número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística.

De acuerdo a datos proporcionados por **SECTUR**, **SEMARNAT** y **PROFEPA**, de los hoteles e instalaciones certificados con calidad ambiental turística en Torreón, solo se tiene registro del Hotel Torreón Galerías.

Certificación Programa Playas Limpias

No aplica en el caso del Destino Turístico Torreón.

Programas Balnearios Naturales Limpios de agua dulce.

A la fecha No se tiene registro Estatal, Municipal o Federal de algún programa de balnearios naturales limpios de agua dulce en Torreón, Coahuila.

Número de establecimientos con certificados Green Globe.

No Aplica para el caso Torreón.

Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental.

En la región Laguna Coahuila – Durango solo se tienen datos de registro Municipio Limpio en Durango que geográficamente no beneficia al Destino Turístico de Torreón.

Consumo de energía por cuarto.

De acuerdo a cifras proporcionadas por la Secretaría de Energía (SENER), y la Comisión Nacional para el uso eficiente de la Energía (Conuee), el consumo estimado de la energía eléctrica en hoteles es de 5,160 GWh anual.

El consumo por cuarto se debe cuantificar de acuerdo al tipo de hotel y consumo por parte del o los huéspedes.

3.4 FORMACION Y CERTIFICACION.

Grado promedio de escolaridad.

La población de Torreón tiene casi un año más de estudios que el resto de Coahuila y un año y medio más que el promedio nacional.

La escolaridad en Torreón es de 10.2 años, equivalente a segundo año de preparatoria, mientras que el promedio en Coahuila es de 9.5 o poco más que la secundaria. Mantiene niveles de deserción menores al promedio nacional.

- Referencia:

  (INEGI, Perspectiva Estadística Coahuila de Zaragoza, 2011)

Recursos humanos calificados para atender el sector turismo.

Torreón cuenta con muy poco personal calificado en este rubro del cual se desconocen las cifras actuales. Según datos obtenidos hasta el año 2011 la

participación del sector turismo equivalente a puestos de trabajos remunerados era de 6.8% con 2,474 personas laborando en el sector.

Referencia.
(Municipal D. T., 2013).

Porcentaje de personal del destino con educación turística.

Hasta la fecha no se tiene un registro de personal turístico con educación o certificación en el destino, aún cuando existen universidades y por parte del Ayuntamiento cursos y diplomados en el sector turístico.

Planes de Capacitación Turística.

La industria turística de Torreón, preocupada por elevar sus índices de calidad y profesionalización en los servicios que ofrece, ha generado una gran demanda al sector educativo, propiciando que se impartan carreras, diplomados, talleres y cursos enfocados al desarrollo eficiente del sector turístico.

Ante esto, hoy en día en este municipio se cuenta con prestigiadas instituciones educativas que ofrecen licenciaturas dirigidas al ramo turístico, tales como:

- Universidad Valle México (UVM), Campus Torreón
  Licenciatura Internacional en Administración de Empresas de la Hospitalidad

- Universidad Autónoma del Noreste (UANE), Campus Torreón
  Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas

- Universidad Iberoamericana Torreón
  Administración de Negocios de la Hospitalidad

- Universidad Autónoma de la Laguna
  Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas

- Universidad La Salle Laguna
  Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas
  Licenciatura en Gastronomía y Nutrición

- Universidad Tecmilenio

Por su parte, distintas instancias de gobierno, así como organismos del sector privado, han sumado esfuerzos brindando capacitación a empresas, personal de contacto, sector educativo, sector público, entre otros, en pro de propiciar la competitividad y mejora continua de los destinos turísticos.

En este tenor, el Gobierno de Estado de Coahuila, a través de la Secretaría de Turismo (SEDETUR), además de ofrecer capacitación, ha implementado programas de certificación como: Distintivo “H”, Distintivo “M” y Punto limpio. Cabe señalar que la SEDETUR de noviembre del 2012 a febrero del 2014, ha impartido en este municipio, 8 cursos beneficiando así a un total de 387 personas.

Tabla 27 Certificaciones

CURSO	FECHA	SEDE	PARTICIPANTES
Marketing digital y redes sociales	9 Y 10 de noviembre del 2012	Hotel Fiesta Inn Torreón	122
Curso taller de marketing digital	23 de mayo del 2013	Edificio CANACO	135
Gerencia de marca	Del 25 al 27 de noviembre del 2013	Hotel Fiesta Inn Torreón	25
Posicionamiento y branding de destinos turísticos	Del 28 al 30 de noviembre del 2013	Hotel Fiesta Inn Torreón	25
Atención a comensales	Del 27 al 29 de enero del 2014	Hotel Fiesta Inn Torreón	25
Manejo higiénico de alimentos	Del 30 de enero al 1 de febrero del 2014	Hotel Fiesta Inn Torreón	30
Formación de clústers turísticos	Del 4 al 6 de febrero del 2014	Hotel Fiesta Inn Torreón	25

(Coahuila). CONEVAL, 2012

Ilustración 64 Listado de empresas en Torreón con Distintivo H vigente

	NOMBRE	DIRECCIÓN	MUNICIPIO	DISTINTIVO	FOLIO	FECHA DE VENCIMIENTO
1	Comedor Wrangler de México Planta Torreón Operado por Ifood México S.A. de C.V.		Torreón	H	28	21-Mar-14
2	Comedor Báscula Revueltas Maza Operado Por Ifood México	Calzada Ávila Camacho # 1650 ote. Col. Santa María	Torreón	H	9102	28-Jun-14
3	Restaurantes Empresariales Cis. De R.L De C.v Comedor Industrial Takata De México	Torreon Carretera Mielera Km. 6.3, Ejido de la Perla	Torreón	H	8940	31-Mar-14
4	Comedores Industriales Deli-Dieta en el Comedor Lincoln Elcetric Máquinas	Cerrada San josé # 15 Col. Fracc. Industrial Ferropuerto	Torreón	H	8939	09-Mar-14
5	Restaurantes Empresariales Cis. De R.L De C.v Comedor Industrial Takata De México	Torreon Carretera Mielera Km. 6.3, Ejido de la Perla	Torreón	H	8940	31-Mar-14
6	Comedor Hecat Operado Por Ifood México	Calle Nogal # 220 Col. Torreon Jardín	Torreón	H	6674	22-Oct-14
7	Comedor Revuelta Monte Opérado por Ifood México	Calzada Industrial # 154 Col. Compresora	Torreón	H	8762	08-Oct-14
8	Comedores Industriales Deli-Dieta en el Comedor Lincoln Elcetric Máquinas	Cerrada San josé # 15 Col. Fracc. Industrial Ferropuerto	Torreón	H	8939	09-Mar-14

Fuente (Coahuila)

Ilustración 65 Listado de empresas en Torreón con Distintivo M vigente.

	NOMBRE	DIRECCIÓN	MUNICIPIO	DISTINTIVO	FOLIO	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE EXPIRACIÓN
1	Hotel Fresno Galerias	Blvd. Independencia # 3851 C.P. 27018 Col. El Fresno	Torreón	M	17848	07-Ene-14	07-Ene-15
2	Campestre Torreon S.A. De C.V	De Las Flores Sur S/N C.P. 27250 Col. Residensial Campestre La Rosita	Torreón	M	17849	07-Ene-14	07-Ene-15
3	Hotel Antonieta	Av. Abasolo # 903 C.P. 27000 Col. Centro	Torreón	M	17850	07-Ene-14	07-Ene-15
4	Deli Dieta Comedores Industriales	Km 1.3 Carretera Torreon Meleras # 1100 C.P. 27000 Col. Arenales	Torreón	M	17851	07-Ene-14	07-Ene-15
5	Hotel Clavete	Ramon Corona # 320 C.P. 27000 Col. Centro	Torreón	M	17852	07-Ene-14	07-Ene-15
6	Restaurant Calvete	Ramon Corona # 320 C.P. 27000 Col. Centro	Torreón	M	17853	07-Ene-14	07-Ene-15
7	Viaje Turismo y Recreación S.A De C.V	Av. Juarez # 1998 C.P 27000 Col. Centro	Torreón	M	17954	07-Ene-14	07-Ene-15
8	Viajes Marnic	Degollado Sur # 142 C.P. 27000 Col. Centro	Torreón	M	17855	07-Ene-14	07-Ene-15
9	Motel Hacienda De Castillo	Carretera a Mieleras # 50 C.P. 27730 Col. Ciudad Industrial	Torreón	M	17856	07-Ene-14	07-Ene-15
10	Viajes Mundo Unido	Lerdo De Tejada # 902 C.P. 27000 Col. Centro	Torreón	M	17857	07-Ene-14	07-Ene-15
11	Bistro Garden	Feliciano Cobian #570 C.P. 27140 Col. Nueva Los angeles	Torreón	M	17858	07-Ene-14	07-Ene-15
12	Viajes Almeida	Blvd. Independencia # 1121-7 C.P. 27100 Col. Granjas San Isidro	Torreón	M	17859	07-Ene-14	07-Ene-15
13	Wlof´s Sendero	Blvd. De La Senda # 317 C.P. 27000 Col. Residencial Senderos	Torreón	M	17860	07-Ene-14	07-Ene-15
14	Hotel Catalina	Gonzalez Ortega Norte # 271 C.P. 27000 Col. Centro	Torreón	M	17861	07-Ene-14	07-Ene-15
15	Restaurant Pronto El Fresno	Fresno # 333 C.P. 27000 Col. Fresno	Torreón	M	17862	07-Ene-14	07-Ene-15
16	Wolf's Constitutución	Blvd. Constitución #1398 C.P. 27140 Col. Nueva Los Angeles	Torreón	M	17863	07-Ene-14	07-Ene-15
17	La Frida	Blvd. Enrique Reyna #951-1b C.P. 25204 Col. Residencial Los Pinos	Torreón	M	17864	07-Ene-14	07-Ene-15
18	Zajum	García Carrillo Norte No. 1101-1 Col. Centro C.P. 27000	Torreon	M	17745		

Fuente: (Coahuila)

De igual forma, en el 2012, 21 empresas de Torreón obtuvieron el sello de calidad Punto Limpio, sin embargo, a la actualidad ninguna de estas lo mantiene vigente.

Listado de empresas en Torreón que obtuvieron el Sello de Calidad "Punto Limpio" durante el 2012.

	Empresa	Fecha Emisión Distintivo	Fecha Expiración Distintivo
1	HOTEL FRESNO GALERIAS	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
2	CAMPESTRE TORREON SA DE CV	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
3	HOTEL ANTONIETA	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
4	HOTEL TORREON	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
5	HOTEL SAVOY EXPRESS	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
6	DELI DIETA COMEDORES INDUSTRIALES, PLANTA MOTORES JOHON DEERE	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
7	ROUX RESTAURANT	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
8	WOLF'S RESTAURANT BAR SUCURSAL SENDEROS	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
9	WOLF'S RESTAURANT BAR SUCURSAL CONSTITUCIÓN	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
10	WOLF'S CAFÉ	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
11	RESTAURANTE CABO GRILL	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
12	SUPER SALADS SUCURSAL INDEPENDENCIA	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
13	SUPER SALADS SUCURSAL SALTILLO 400	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
14	MUSEO REGIONAL DE LA LAGUNA	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
15	HOTEL CALVETE	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
16	RESTUARANT CALVETE	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
17	HOTEL LAGUNA INN	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
18	HOTEL POSADA DEL SOL	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
19	QUALITY INN	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
20	HOTEL DEL PASEO	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013
21	LA CASA DEL PANINI	24 DE AGOSTO 2012	24 DE AGOSTO 2013

(Coahuila)

Ilustración 66 Listado de Consultores por programa certificados en el estado de Coahuila

Programa	Consultor
Distintivo Moderniza	MC. Humberto Moreno Posadas.
	Lic. Javier Leal León
	Lic. Francisco Lucio Leal Gutiérrez
Punto Limpio	MC. Humberto Moreno Posadas.
	Lic. Javier Leal León
	Lic. Francisco Lucio Leal Gutiérrez
Distintivo H	Dra. Luz María Araujo Mtz
	Q.F.B Laura Ileana Olvera Dena
	Lic. María Enriqueta Ruelas Zapata

(Coahuila)

Percepción sobre la calidad en los planes de capacitación turística a través de una revisión general de su contenido.

De acuerdo a las Universidades que participan en la impartición de cursos y talleres para despertar el interés en el sector turístico la percepción por parte de los interesados ya sean estudiantes o personal que labora en hoteles y prestadores de servicio la percepción de la buena calidad de estos situación que se puede medir por el número de personas que asisten a los eventos y que en su mayoría salen satisfechos al termino de estos.

Ejemplo de ello son el programa distintivo M y el interés por el conocimiento acerca de la importancia de la capacitación de las empresas en el servicio y en el sector turístico.

Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Programa distintivo H

Se tiene información de que en el estado de Coahuila se han entregado 50 certificaciones a empresas con el **distintivo H**, de las cuales Dos son de La Laguna. El Hotel Crowne Plaza Torreón es la empresa que cuenta con este certificado, y La cadena Soriana cuenta también con el **distintivo H**, en el área de panificación.

La certificación H, certifica la calidad en el manejo higiénico de los alimentos por SECTUR.

Porcentaje de empresas con distintivo M

En el estado se han entregado 40 certificados a empresas con distintivos M.

No se encuentran porcentajes de datos, sobre las empresas por parte de SECTUR con certificación del distintivo M en Torreón.

Con una aportación de $82,000.00, se llevó a cabo el programa de capacitación Distintivo M, enfocado a la calidad del servicio de las PYMES del sector turístico. El curso se realizó durante el primer semestre de este año, en donde se capacitaron a 38 personas viéndose beneficiadas 19 empresas turísticas, logrando así que la ciudad cuente con mayor personal capacitado para atender a sus clientes y visitantes.

Número de Guías de turistas certificado.

Se tienen registrados a la fecha solo una cifra de 5 guías turísticos en el estado debidamente certificados**.**

Aún cuando se impartieron 1,1184 cursos de capacitación de manera directa, durante el 2010 a 2011 que permitieron capacitar a 36,025 prestadores de servicios turísticos, actualmente no se tiene el dato sobre el número de guías turísticos en Torreón.

Cuenta con un Sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes.

El Municipio de Torreón por parte de la Dirección de Turismo Municipal, la Dirección de Desarrollo Urbano, realiza encuestas a los visitantes, en cuanto a la satisfacción, sugerencias o quejas que hayan tenido durante su estadía. Este sistema de información en encuestas, entrevistas, páginas web del municipio, y encuestas realizadas por los propios hoteles, destinos turísticos, vía telefónica sirven como parámetro para evaluar la satisfacción de los visitantes.

3.5 ACCESIBILIDAD E INFRESTRUCTURA

Conectividad aérea.

El destino turístico de Torreón es donde existe una mayor oferta de vuelos comerciales nacionales e internacionales en el Estado de Coahuila, considerando que el Aeropuerto Internacional “Francisco Sarabia” es el más grande de Coahuila. A través de las seis aerolíneas que en él operan se cuenta con vuelos directos a las Ciudades de México, Chihuahua, Hermosillo, Guadalajara, Dallas y Houston.

En vuelos chárter los principales movimientos aéreos que se registran son a través de las rutas: Torreón - Cancún, Torreón - México, Torreón - Monterrey

Ilustración 67 Rutas Aéreas

Existencia de servicios de apoyo al turista.

En base al Plan de Desarrollo Municipal, se elaboraron programas para reactivar el turismo local mediante la realización de proyectos y eventos sociales que permiten el incremento, la competitividad y el desarrollo del sector turístico.

También se implementó *Programa de Información al Visitante,* con el objetivo de informar acerca de los atractivos y servicios turísticos con los que cuenta el destino turístico.

Se colocaron módulos de información en diferentes puntos de la ciudad y se realizaron recorridos gratuitos en tranvías por los principales atractivos de los municipios de Torreón, Gómez Palacio y Lerdo.

La Dirección de Turismo Municipal, la Dirección de Desarrollo Urbano y el Municipio, trabajan continuamente en renovar los servicios de apoyo al turista en todas las áreas que se requiera.

En particular cada museo, casa de la cultura y teatros se encargan de dar al visitante el apoyo que en sus instalaciones requiera.

Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del destino.

El Municipio de Torreón cuenta con una infraestructura terrestre y aérea de calidad para la movilidad del turista local y foráneo.

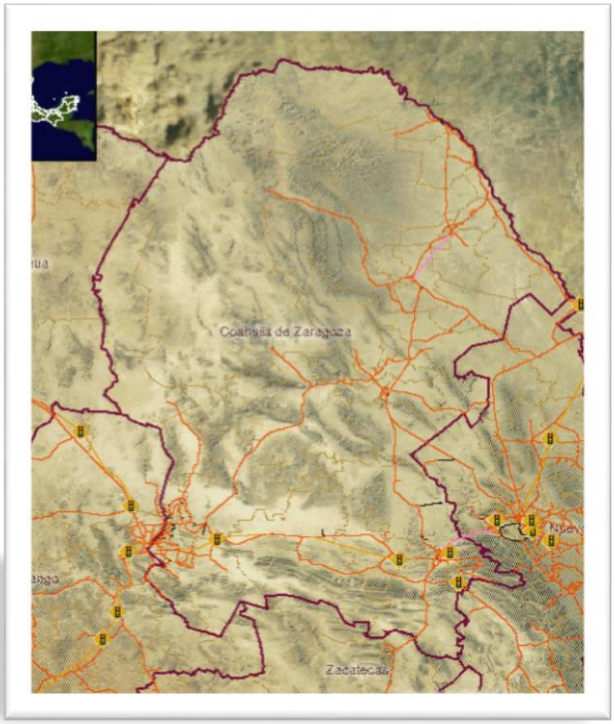
La ciudad de Torreón se ha transformado en uno de los polos de desarrollo más importantes del país. Es una ciudad con excelente infraestructura aeroportuaria. El aeropuerto de la ciudad de Torreón está ubicado en la Carretera Torreón-San Pedro S/N Km. 9. C. P. 27016. Los principales accesos a él, son por la carretera a Chihuahua y por la Autopista Federal 40 que comunica a Durango y Saltillo. Una segunda opción es la Autopista Federal 49 a Monterrey, entrando por el periférico Raúl López Sánchez, se entra por la estatua del campesino. Si su opción es por la ruta centro, hay que tomar la Calzada Ávila Camacho siguiendo por estadio de fútbol con señalización hacia el Aeropuerto.

El aeropuerto de Torreón cuenta con: cajeros automáticos, estacionamiento, hoteles, renta de autos, salones vip, taxis.

Descripción terrestre del destino.

Ilustración 68

Accesibilidad Carretera



Ciudades Importantes

1 Autopista

1 Carretera Estatal

Calidad en el transporte local del destino.

La calidad del transporte público de Torreón como destino turístico se puede calificar como deficiente para prestar un servicio de calidad entre taxis, camiones en mal estado antiguos y de mala imagen. El transporte público evidencia el impacto de un crecimiento caótico, moviliza alrededor del 25 por ciento de la población el resto se moviliza por transporte privado.

El Plan de Desarrollo Municipal de Torreón 2010-2013 tiene como objetivos en este tema:

Movilidad y Transporte.- Lograr una integración funcional de la ciudad y las alternativas viales metropolitanas.

Movilidad Competitiva.- Establecer un modelo integral para la movilidad.

Actualización de rutas de transporte con equilibrio ambiental urbano.

Centro de control de semáforos.

Estudio para el mejoramiento integral de las vialidades.

- Estudio para el mejoramiento integral de las vialidades.
- Contar con un transporte local eficiente y certificado.
- Mejorar el servicio del transporte público.

Tarifas hoteleras.

Torreón cuenta con una cobertura de hoteles para el turismo en varias categorías según sus propios presupuestos Hoteles de 5* un total de 6 registrados, con tarifas que van desde $1,750.00 a $1,200.00 pesos. Hoteles de 4*, registrados 11 en total con tarifas desde $850.00 a $650.00 pesos. Y Hoteles de 3* catalogados 14 hasta el momento con tarifas de $700.00 a $500.00. Dependiendo de la zona y ubicación de los hoteles es el costo de las tarifas.

Reglamento de imagen urbana vigente.

El Reglamento de Asentamientos Humanos, Desarrollo Urbano, Construcciones para el Municipio de Torreón vigente menciona entre otros puntos lo siguiente:
Garantizar que las acciones urbanas que se realicen en el Municipio reúnanlos requisitos de seguridad, confort, higiene y salud previstos en las normas técnicas del presente instrumento para el bienestar y la protección de las personas y sus bienes. Preservación del patrimonio histórico, cultural, artístico y arqueológico lo permitan siguiendo el procedimiento señalado en el propio Reglamento.

Las autoridades responsables de la aplicación del presente Reglamento son:

I. El Ayuntamiento.
II. El Presidente Municipal.
III. El Director.
IV. La Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción, Delegación Comarca Lagunera.
V. La Cámara Nacional de la Industria de Desarrollo y Promoción de Vivienda,
Delegación Comarca Lagunera.

Espacio público, o Vía Pública, o Bienes Públicos. Los espacios abiertos urbanos que se encuentran ubicados entre los alineamientos o linderos de los predios, que por disposición legal, de autoridad competente, o por razón de servicio, se destinen al libre tránsito. Pueden ser de tres tipos:

a. Carreteras, calles o vialidades, incluyendo sus banquetas, guarniciones andadores;
b. Plazas o espacios de encuentro; y
c. Parques y jardines.

Artículo 10. Con el objeto de mantener actualizado el presente Reglamento respecto a los avances científicos y técnicos y de la legislación y planes y programas de desarrollo urbano, del equilibrio ecológico y de la preservación del patrimonio histórico, cultural, artístico y arqueológico, se establece la Comisión de Actualización del Reglamento**.**

Se exigirá responsiva de un Perito Director Responsable tratándose de los siguientes casos:

Construcción de hoteles, moteles, hospitales, centros de salud, clínicas, centros comerciales, edificios de estacionamientos, centros y conjuntos deportivos, centros de convenciones, locales para el comercio y servicios, industria en general, estaciones y terminales de transporte terrestre, aeropuertos, estudios cinematográficos, de radio, televisión y telefonía, antenas, centrales de abasto, rastros, bodegas, espacios abiertos de uso público, gasolineras, gas y estaciones de servicio, y, en general, de todo inmueble o instalación mayor a 60.00 M² de construcción no enlistadas anteriormente.

Grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados.

Avance y Aplicación.

- Buena infraestructura hotelera que se dirige a segmentos de alto gasto.
- Sitios históricos que pueden ser aprovechados turísticamente.
- Oferta cultural que incluye teatros y museos.
- Ubicación geográfica y accesibilidad carretera y aérea privilegiadas dentro del contexto del Estado de Coahuila.

- Existencia de la Reserva Natural Sierra y Cañón de Jimulco, la cual cuenta con decreto y plan de manejo.
- Existencia de una infraestructura de agua potable, drenaje y equipamiento adecuada.

Planes de Desarrollo.

- Posibilidad de aprovechar el fenómeno de metropolización con Gómez Palacio.
- Disponibilidad de espacios amplios para ranchos cinegéticos, deportes extremos o bioparques.
- Crecimiento hacia el oriente de la ciudad, lo cual permitirá una mayor accesibilidad hacia el municipio de Viesca.
- Revitalización urbana del Centro Histórico de Torreón.
- Mejoramiento de los espacios públicos.
- Impulsar la peatonalización de las áreas centrales de la ciudad, así como la construcción de rampas para los discapacitados.
- Establecer una imagen urbana congruente para el Centro Histórico.
- La propuesta implica una integración adecuada al entorno que se tiene, respetando la dignidad de las mejores piezas arquitectónicas.
- Mejoramiento integral paseo peatonal Río Nazas.

Proyectos detonantes próximos a realizar:

- Centro de Convenciones
- Centro de Integración Empresarial “El Realito” en Jimulco
- Centro Turístico Religioso “Jerusalén” (Cristo de las Noas)
- Centro Interactivo Lala-Peñoles-Modelo.

Acceso a servicios básicos.

La siguiente Tabla describe para Torreón, Coah., los indicadores que definen a la población vulnerable, sus carencias y su acceso a seguridad, servicios y vivienda.
Esta información corresponde a 2012.

Tabla 28 **Indicadores de vulnerabilidad, carencias y acceso a Seguridad, Servicios y vivienda. 2012**

Indicadores	Porcentaje	Número de Personas	Número Promedio de carencias
Población Vulnerable			
Por carencias sociales	27.1	170,939	1.7
Población por carencias en			
Servicios de Salud	25.9	163,056	2.4
Acceso a la Seguridad Social	37.9	238,759	2.1
Acceso a los servicios básicos			
En la vivienda	2.6	16,145	3.0

CONEVAL, 2012

El Plan de Desarrollo Turístico de Torreón contempla en su estudio redoblar esfuerzos en el combate a la pobreza que en este momento aqueja a más de un tercio de la población torreonense; recomponer los tejidos de la cohesión social; mejorar el hábitat urbano y ampliar la cobertura de servicios públicos así como optimizar la asistencia social y el uso integrador de los espacios comunitarios, de modo que se reduzcan las brechas de inequidad económica, de género y educativas; mejorar la calidad del agua y tener mejores rutas de transporte.

Referencia:
CONEVAL: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social realizado en Torreón, Coahuila. 2012.

Porcentaje de cobertura socioeconómica.

Tabla 29 Porcentaje de cobertura socioeconómica.

Viviendas	**49,489**
Cobertura de Infraestructura Urbana	
Agua Potable	97.9%
Drenaje	97.3%
Energía Eléctrica	99.7%

www.saludcoahuila.gob.mx, 2008

El principal problema de las familias de escasos recursos o en pobreza extrema radica en la falta de servicios básicos. Torreón tiene aproximadamente de acuerdo al último censo a 17,000 personas en esas condiciones. A partir del año 2010 el recurso federal para programas de ayuda bajó a 10 mil millones de pesos en la entidad.

Flujo de personas y Medios de Transporte.

En Torreón se maneja un promedio de 2,450 pasajeros diarios en el movimiento cotidiano de la Central de Autobuses durante el año.

*Los medios de transporte utilizados se encuentran en el factor de Oferta Turística.

3.6 SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FISICA

Percepción del nivel de Seguridad.

En lo que se refiere a este tema se tienen que tomar los siguientes datos.

Hay que reconocer que el nivel de inseguridad en Torreón sigue estando por encima de los niveles de estándar nacionales.

De acuerdo con cifras oficiales, los índices de criminalidad en Torreón han ido en aumento los últimos meses.

- Los asaltos a negocio pasaron de 78 a 88.
- El robo de vivienda de 68 a 74
- El asalto a persona de 21 a 32.
- Homicidios: de 54 a 98.
- Robo de autos: de 205 a 160.
- Robo de vivienda: de 68 a 74.

La percepción nacional de que la vigilancia y seguridad no es suficiente en los sitios públicos y turísticos, particularmente en el Centro Histórico.
La percepción de inseguridad por parte de los centros emisores de turismo.
La presencia de jóvenes sin trabajo, identidad ni arraigo.

- Referencia: (Policial, Dic 2013)

Porcentaje de delitos menores en relación a la población.

Este porcentaje no tiene cálculo exacto debido a muchos delitos quedan sin denunciar para tener una estadística al respecto, no se tiene cuantificado.

Número de policías en relación a la población.

Actualmente se tienen en activo a 750 policías en el municipio de Torreón, lo cual significa un gran déficit de policías en relación con el número de población existente. Es decir se cuenta con un policía por cada mil habitantes.
Se sabe que Puebla tiene 3 policías por cada mil habitantes, la media nacional es de 4 y el DF cuenta con 12.

Referencias (MÉXICO, 2013)

Informe de Gobierno Estadístico 2012	InformeEstadistico2012.pdf
Informe de Gobierno 2013 Contenido	InformeConenido2013S.pdf
Informe de Gobierno 2013 Estadístico	

Incidencia delictiva.

Los tres niveles de gobierno se han visto forzados a buscar esquemas de coordinación inéditos para contener la manifestación delictiva.

Sin embargo, los resultados han sido dispares: ha habido un crecimiento en homicidio doloso, una ausencia de denuncia en secuestro y extorsión; y una baja en la denuncia de robo violento.

La tasa de homicidio doloso en la Zona Metropolitana Laguna (ZML) de 62.3 homicidios por cada 100 mil habitantes fue 3.5 veces mayor que la nacional en 2012. Pese a que como tasa se mantuvo igual a la del año pasado, la proporción respecto de la nacional es mayor que en 2011 debido a que en el país la tasa ha disminuido a diferencia de lo ocurrido en la región. En relación al 2011, Durango tuvo una disminución de 20% en su tasa y Coahuila un incremento del 13%.

Ilustración 69 Homicidios dolosos en la Zona Metropolitana Laguna.

Fuente: (FGD & SNSP)

**Incluye a los municipios de Gómez Palacio, Lerdo y Torreón*

En el caso del robo con violencia, la tasa en la ZML disminuyó en 28% con relación al 2011, situando la tasa local en 1.7 veces mayor que la nacional.

También, en cuanto al robo de vehículo con violencia hay una disminución de 34%, pero la tasa es 2.6 veces mayor que la nacional.

En cuanto al secuestro y la extorsión, las cifras oficiales son tan bajas que mantenemos la hipótesis de la no denuncia.

Ilustración 70 Índices de Secuestro y Extorción Zona Metropolitana Laguna

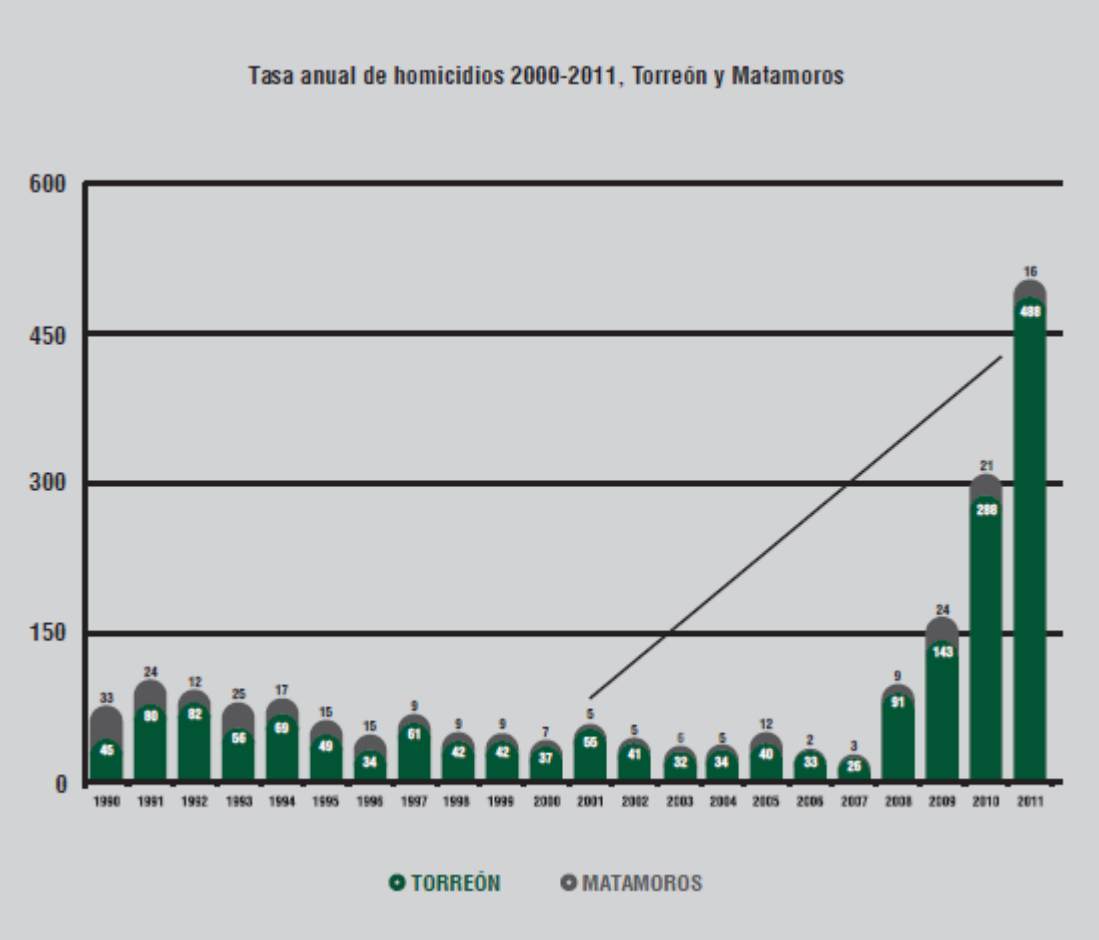
Fuente: (FGD & SNSP)

**Incluye a los municipios de Gómez Palacio, Lerdo y Torreón*

Solamente si se recurre al INEGI puede tenerse una visión de las dos últimas décadas respecto del homicidio doloso. Si seguimos esa fuente, en Torreón se superó el máximo histórico en el año 2008.

Previo a ese año, 1992 había sido el más violento, con 82 homicidios. El mayor Crecimiento se dio entre diciembre de 2007 y diciembre de 2008, periodo en el cual el INEGI evidencia un crecimiento de casi cinco veces en el número de homicidios en este municipio. Paradójicamente, 2007 había sido el año menos violento en las dos últimas décadas.

Ilustración 71 Tasa anual de Homicidios 200-2011 Torreón y Matamoros



Fuente: (FGD & SNSP)

Delitos a mano armada.

Robo con violencia.

335.8 denuncias promedio mensual en el 1er semestre 2012. Con una tasa 2.1 mayor que la nacional en 2011.
Bajó 24.9% el 1er semestre de 2012, con respecto al 1er semestre de 2011.

Robo de automóvil con violencia

208.8 denuncias promedio por mes en 2011. Tasa 2011 fue 3.5 veces mayor que la nacional.
Bajó 20.1% del 1er semestre 2011 al 1er semestre 2012.

Secuestro y Extorsión No se denuncia No se tienen registros reales.

Homicidios dolosos.

Tasa de Homicidios por cada 100,00 habitantes, 2011.
Los registros indican un 33.9 para Coahuila la región Laguna.
De acuerdo con INEGI, 8 de cada 10 homicidios dolosos en la Zona Metropolitana de la Laguna ocurrieron en las ciudades de Torreón y Gómez Palacio durante 2010.

Delitos a las Instituciones de banca y crédito.

No se tienen registro de este delito sin embargo se puede comentar que el delito en este rubro apenas y sucede en la región esporádicamente.

Delitos contra la salud.
El narcomenudeo y el clandestinaje de alcohol son los delitos más comunes contra la salud que se reportan.
No se proporcionaron datos específicos por parte de las autoridades.

- Referencia (Policial, Dic 2013)

Delitos no denunciados.

Ha habido una disminución de casi el 25% en la denuncia de delitos, La Dirección de Seguridad Pública recibe denuncias en la mayoría de los casos por:

- robo a vivienda,
- comercios,
- delitos patrimoniales
- asaltos de vehículo a mano armada
- asaltos a transeúntes.

No se proporcionaron datos específicos por parte de las autoridades.

<u>Denuncias del fuero común.</u>

Solo un porcentaje muy bajo de delitos del fuero común se tiene registrado a la fecha, en este tipo de delito por su gran diversidad como robo de celulares, carteras, equipos de sonido en autos, cristalazos robo de laptops, baterías de automóviles – camionetas y camiones, etc., difícilmente se tiene registro para el

seguimiento para el registro de este delito por falta de denuncia ciudadana principalmente.

Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles.

Por lo regular en los hoteles no se tiene este tipo de equipo por lo que no se encontró ningún dato que hable sobre la operación plantas de tratamiento de aguas residuales, solo las manejadas por el municipio y empresas privadas.

Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU (Residuos Sólidos Urbanos).

Del volumen de desechos generados en esta ciudad en Torreón, de entre 40 y 50% es reciclable solos se tiene un porcentaje registrado del 36%.

No se tiene el porcentaje exacto de cuanto volumen es reciclado.

- Referencia: (MÉXICO, 2013)

Programas de manejo de residuos peligrosos.

Estos programas se llevan a cabo en las empresas dedicadas a la industria en Torreón, se tiene conocimiento de las consultorías que se dedican a ofrecer este tipo de servicio con temas de importancia como la recolección, el transporte, la venta de consumibles y equipos especializados, así como asesorías por especialistas en capacitación y entrenamiento en el manejo de residuos peligrosos, teniendo muy en cuenta la importancia del tratamiento y destino final de los residuos industriales y biológicos infecciosos.

No se tiene registro de los programas que se llevan a cabo.

Centros de cuidado para la salud.

En el destino turístico se tienen registrados los siguientes centros de cuidado de la salud.

Tabla 30 CENTROS MEDICOS EN TORREON

CENTROS MEDICOS EN TORREON	
TIPO DE CENTRO DE SALUD	**NOMBRE**
PUBLICOS	**IMSS**
	ISSTE
	HOSPITAL GENERAL DE ZONA
	CRUZ VERDE
	CRUZ ROJA
	HOSPITAL DE LA MUJER
PRIVADOS	**HOSPITAL ESPAÑOL**
	HOSPITAL UNIVERSITARIO
	HOSPITAL ANGELES

OCV, 2012

3.7 PROMOCION Y COMERCIALIZACION

Porcentaje de visitantes y turistas que regresan.

Afluencia turística

La siguiente tabla presenta la afluencia turística y el porcentaje de ocupación que se reportó para los años 2002, 2006 y 2010.

9.1.- Porcentaje de visitantes y turistas que regresan.

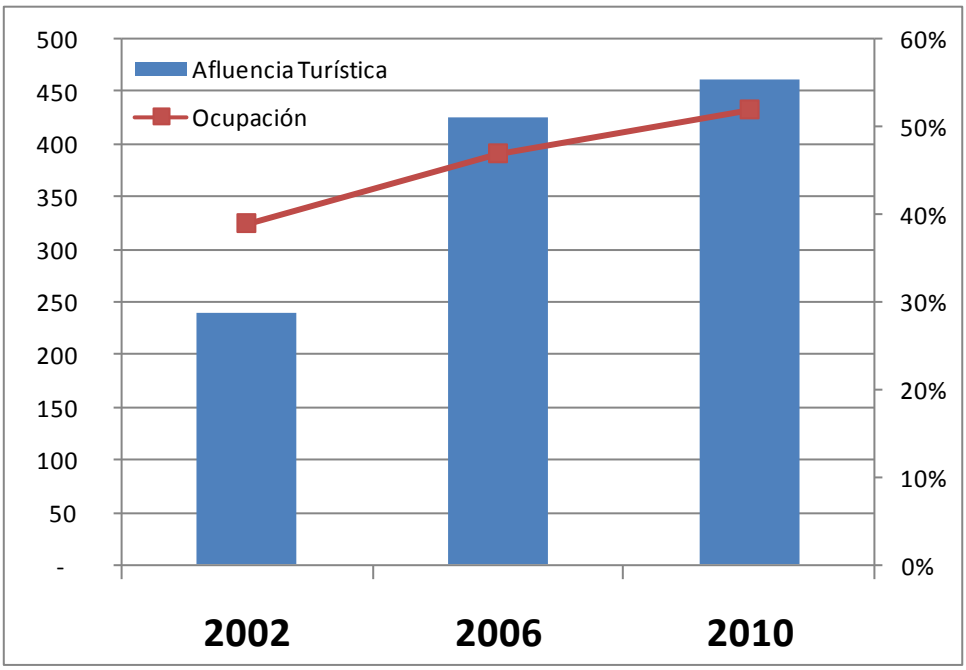
Tabla 31 Porcentaje de Visitantes turistas que regresan

Año	Afluencia Turística	Ocupación	Tasa
2002	**238,750**	**39%**	
2006	**426,000**	**47%**	
2010	**462,813**	**52%**	**2.09%**

OCV, 2012

En el grafico se presenta la misma información donde se destaca que al aumentar la afluencia aumenta proporcionalmente el porcentaje de ocupación.

Tabla 32 Afluencia Turística vs Ocupación Hotelera.



CEDUV-SUMA S.C. con base en información de CONAPO, 2005-2030

Turismo de negocios

Torreón tuvo un flujo de 146 mil 740 visitantes en 553 eventos realizados durante el año 2010 (32% de la afluencia).
Se estima que para 2015 el turismo de negocios crezca 5.2 por ciento anual

Semana Santa

En el año 2011 se registró lo siguiente:

- 20 mil visitantes al Cristo de las Noas.
- 4 mil atenciones en los módulos de turismo.
- 5 mil visitantes a Jimulco

En lo general se estima que un alto porcentaje de los visitantes regresan a Torreón principalmente a cumplir con compromisos.

Referencia: (Visitantes, 2012)

Oficina de Convenciones y Visitantes (OCV). 2012.
www.ocvlaguna.com.mx

Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino.

No se cuenta con datos

Diversificación en segmento de población.

Para la diversificación del segmento de población se tiene contemplado las siguientes s líneas de acción:

- Diseñar y armar rutas y circuitos turísticos temáticos.
- Lanzar el Programa de Turismo Incluyente “Vivo Coahuila”, para todos los segmentos sociales del estado (niños, jóvenes, adultos mayores y personas con capacidades diferentes).
- Desarrollar el Programa de Productos Turísticos emblemáticos “Joyas de Coahuila”, acorde a las regiones turísticas.
- Diseñar el Programa de Desarrollo de Productos para modalidades y segmentos turísticos (Turismo de Reuniones, Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural, Turismo Deportivo, Turismo Cinegético, Turismo Social, Turismo Rural, etc.).

Diversificación en segmento de mercado.

- Líneas de Acción.
- Crear esquemas y mecanismos de financiamiento para fortalecer el sector turístico y sus empresas.
- Promover la inversión pública y privada en proyectos detonadores y estratégicos en los destinos y regiones.
- Definir y promover políticas y programas de incentivos para la inversión turística.
- Consolidar y promover una cartera de proyectos de inversión y negocios turísticos.
  Promover la celebración de convenios de coordinación y reasignación de recursos con la Secretaría de Turismo Federal (SECTUR FEDERAL), en materia de desarrollo turístico.

- Impulsar convenios cooperativos de promoción con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM). Celebrar convenios de colaboración con el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) para el desarrollo de planes y programas de desarrollo turístico.
- Impulsar la firma de convenios y acuerdos de colaboración con delegaciones federales y estatales en materia de turismo.
- Promover la firma de un Acuerdo de colaboración y coordinación con la
- Secretaría de Cultura en materia de promoción del turismo cultural. Promover la ejecución y continuidad de los Programas de Desarrollo Turístico.
- Regional, en conjunto con municipios, dependencias estatales y agentes del sector.

Existencia de oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV´s) u organismos similares.

Hoy en día la existencia de diferentes segmentos de turistas, cada uno de ellos con necesidades diferentes, implica un profundo conocimiento de los mismos y un esfuerzo de marketing de todas las partes implicadas en el proceso de comercialización en los destinos con el objetivo de lograr una correcta vinculación entre la oferta y la demanda turística.

Las OCV's alrededor de nuestro país, han mostrado desde su surgimiento una falta de homologación en el nombre, la administración del recurso y la captación del mismo. Se les puede decir, Oficinas de Convenciones y Visitantes.

La administración la pueden realizar los hoteleros, el gobierno a través del departamento de turismo o una combinación de ambos. En la actualidad existen destinos que no tienen ningún tipo de estas organizaciones en consecuencia la asignación de este impuesto para materia de promoción lo realiza directamente gobierno.

Torreón actualmente promueve la construcción del Centro de Convenciones y de Negocios de Torreón.

Grado de participación de los Destination Management Companies (DMC´s) (Gestión local).

En lo que respecta a la iniciativa privada, parte elemental para la competitividad de la promoción turística de un destino son las DMC's, las cuales cumplen la función de ser una agencia local integradora de viajes, con un amplio

conocimiento y experiencia de las condiciones, servicios y recursos turísticos de una región. Se especializan en la planeación, organización y operación de eventos, recorridos, circuitos y toda clase de actividades de gran demanda en segmentos y nichos de mercado de alto valor.

Estas organizaciones se encargan del desarrollo global y del marketing del destino. En cierto modo son la versión actual de la oficina como entes públicos de turismo, aunque suelen ser agencias mixtas, en donde se combinan recursos de los sectores público y privado y se enfatizan los aspectos de gestión además de la información al visitante y la promoción del destino.

En Torreón el uso de las redes sociales y página de internet como elementos de promoción e información, por su volumen globalidad, y agilización, se plantea como imprescindibles para la promoción y difusión. Este método es utilizado por los propios hoteles, restaurantes, lugares turísticos, el Ayuntamiento de Torreón, Dirección de Turismo Municipal, así como las propias compañías que requieren de comercializar sus productos.

Diversificación en segmento de mercado geográfico.

Tabla 33 Diversificación en segmento de mercado geográfico.

Municipios	Diversificación
Municipio	Torreón.
Torreón	Jimulco, Cañón de la Cabeza.
Viesca	Dunas de Bilbao.
Francisco I Madero	Zona del silencio.

Municipio de Torreón, 2013

La diversificación en segmento de mercado geográfico ha sido de gran utilidad en dos vertientes:

La primera, para el aprovechamiento en forma eficiente y racional de todos los recursos culturales y naturales que se tienen en la región laguna de Coahuila, lo cual ha permitido la generación de productos rutas y circuitos para la captación de un turismo diferenciado y con ello, el incremento de la afluencia turística.

La segunda, para la focalización de la comercialización y promoción de la oferta turística, mediante la identificación de los segmentos de los destinos emisores reales y potenciales, las características, necesidades y expectativas de viaje.

La definición del mercado objetivo de Torreón, se hizo a través de seleccionar los Municipios en un radio de 400 kilómetros. A partir de esta premisa, se determinó un mercado objetivo de 13 millones de personas para el año 2030, teniendo un incremento de 3 millones en el periodo 2010-2030, este mercado incluye Municipios de los Estados de: Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Zacatecas, con una aportación de 23%, 28%, 40% y 9% respectivamente.

Para el caso del Mercado potencial para el Municipio de Torreón, se hizo a través de las siguientes consideraciones.

- Se seleccionaron los Municipios en un radio de 400 kilómetros desde Torreón de la Fuente.

- Se seleccionaron los Municipios con una población mayor o igual a 15,000 habitantes.

- Dichos Municipios que tuvieran ingresos superiores a 5 veces el salario mínimo mensual (vsmm

MERCADO POTENCIAL NACIONAL SELECCIONADO PARA EL MUNICIPIO DE TORREÓN

Tabla 34 MERCADO POTENCIAL NACIONAL SELECCIONADO PARA EL MUNICIPIO DE TORREÓN

Año	Coahuila	Chihuahua	Nuevo León	Zacatecas	Total
2010	9,146	184,698	267,402	31,291	492,538
2011	9,223	186,887	268,024	31,483	495,617
2012	9,297	189,005	268,591	31,658	498,552
2013	9,368	191,057	269,106	31,817	501,348
2014	9,436	193,047	269,574	31,961	504,017
2015	9,501	194,979	270,000	32,090	506,570
2016	9,564	196,859	270,394	32,205	509,021
2017	**9,624**	**198,688**	**270,754**	**32,308**	**511,374**
2018	9,682	200,463	271,082	32,397	513,624
2019	9,737	202,187	271,374	32,474	515,772
2020	9,790	203,860	271,633	32,539	517,821
2021	9,840	205,481	271,859	32,592	519,771

2022	9,888	207,048	272,048	32,632	521,615
2023	9,933	208,555	272,194	32,660	523,342
2024	9,975	210,000	272,295	32,675	524,944
2025	10,013	211,378	272,346	32,676	526,414
2026	10,049	212,690	272,348	32,665	527,752
2027	10,081	213,932	272,295	32,640	528,949
2028	10,110	215,102	272,187	32,602	530,001
2029	10,135	216,197	272,020	32,551	530,903
2030	10,157	217,212	271,792	32,485	531,646

FUENTE: **CE**

DUV-SUMA S.C. con base en información de CONAPO 2005-2030

A partir de las premisas anteriores se determinó un mercado potencial para el Municipio de Torreón de 511,374 posibles personas que puedan viajar para el año 2017, este mercado incluye Municipios de los Estados de: Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Zacatecas, con una aportación de 2%, 41%, 51% y 6% respectivamente.

Alcance de las campañas y medios de promoción.

No se tiene un porcentaje de las campañas y medios de promoción en el municipio, sin embargo a nivel estatal y municipal se promueven estas campañas así como los teatros, museos sitios de interés de manera particular.

Uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio.

En el caso específico de Torreón no aplica.

Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino.

Existen 30 agencias de viajes certificadas y 14 arrendadoras en Torreón que promocionan viajes mayoristas del destino. La lista se encuentra en el factor de oferta turística.

3.8 GESTION DEL DESTINO.

Cuenta con dirección de turismo.

El municipio de Torreón cuenta con la dirección de turismo municipal la cual brinda atención a los programas y planes estatales y municipales así como a los programas de la Secretaria federal que es FONTUR estatal y SECTUR y asistencia al turista local y foráneo.

La Dirección e Turismo depende directamente de la Dirección General de Desarrollo Económico.

Ilustración 72 Dirección General de Desarrollo Económico.

Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios.

Los tres niveles de gobierno federal, estatal y municipal están en coordinación permanente en planes y proyectos para el desarrollo turístico de Torreón.
La coordinación de los niveles de gobierno se da en la base del Plan Nacional de Desarrollo El Plan de Desarrollo Turístico Estatal 2011-2017 por parte del gobierno estatal. El Plan de Desarrollo Municipal de Torreón y el Programa de Desarrollo Turístico de Torreón que actualmente están vigentes y llevándose a cabo. Los tres niveles de gobierno trabajan también con las cámaras locales de CONACINTRA, CANACO, CANIRAC, CONACOPE, así como empresarios dedicados al sector turístico. Hoteles, restaurantes, bares, agencias de viajes entre los cuales destacan:

- CONCANACO SERVYTUR (Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo)
- CANIRAC (Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos
  Condimentados)
- CANACO Torreón (Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de Torreón)
- AMHM Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles

Sumando más de 1000 afiliaciones en conjunto

Marco regulatorio Estatal (Ordenamiento ecológico decretado).

El Ordenamiento Ecológico del Territorio, es el proceso de planeación del medio físico dirigido a evaluar y programar el uso del suelo en función de su aptitud natural y potencial, considerando los recursos naturales, las actividades económicas, sociales y la distribución de la población. El proyecto fue aprobado en 1996.

Con ello se traza como objetivo:

1. Creación de un Sistema de Información Geográfica del Estado de Coahuila.
2. Detectar las zonas de mayor problemática ambiental.
3. Generar mapas de aptitud, especificando la ubicación espacial más adecuada de los usos del suelo en función de la capacidad de cada punto del territorio para satisfacer los requisitos para el desarrollo de las actividades y de sus impactos de sobre el medio.
4. Presentar la información de manera que proporcione elementos de juicio a los organismos responsables de la gestión ambiental y de implementar las políticas de desarrollo.
5. Que el Ordenamiento Ecológico del estado, sirva como marco de referencia y como insumo para la elaboración de los Ordenamientos ecológicos regionales y municipales.

Marco regulatorio municipal alineado a la nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo.

El Plan Nacional de Desarrollo en sus líneas de acción para el sector turismo menciona un marco regulatorio para desarrollar la política nacional turística a nivel nacional.

- Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico.
- Alinear la política turística de las entidades federativas a la Política Nacional Turística.
- Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico.
- Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos.
- Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.

Programas y diagnósticos en materia turística.

El Programa Estatal de Turismo 2011-2017 contempla contar con programas y diagnósticos.

Se cuenta con análisis y proyectos recomendados para la zona Lagunera (FONATUR) quien elaboró por convenio con la Secretaria de Turismo estatal un Programa de Desarrollo Turístico de Torreón.

En la Región Laguna se proyectó a largo plazo el desarrollo por etapas de acciones y proyectos detonadores y estratégicos entre ellos como el Centro de Convenciones y Negocios de Torreón.

La Dirección de Turismo Municipal ha implementado algunos programas en base al diagnóstico realizado a la ciudanía, los propios turistas y el sector empresarial, por ejemplo;
Programa de Información al Visitante Visita Torreón, creando relaciones estrechas e importantes con los diferentes actores del sector Turístico de la ciudad, del Estado y del país como: Hoteles, Museos, el Cristo de las Noas, Cámaras y Asociaciones, Universidades, Direcciones de Turismo de otros municipios, Secretaría de Turismo de Coahuila.

Coordinación con organismos turísticos regionales.

Se han coordinado esfuerzos con la Secretaría de Turismo de Durango y la Secretaría de Turismo Nacional; lo que nos ha permitido el intercambio y el desarrollo de proyectos turísticos sustentables para la región.

Los convenios de colaboración entre Secretarías de Turismo para promoción turística se han realizado mayormente entre gobiernos Estatales. La Secretaría de Turismo de Coahuila de Zaragoza ha firmado un convenio de colaboración con su contraparte del estado de Zacatecas, además del Convenio de Colaboración con el Consejo de Promoción Turística de México, y un Convenio de Coordinación para el otorgamiento de un subsidio en materia de Desarrollo Turístico (SEDETUR Coahuila, 2013).

En materia de colaboración entre Municipios, no existen al momento convenios de colaboración para desarrollo del turismo y promoción turística celebrados entre administraciones municipales de otros Municipios de la región en conjunto con el Municipio de Torreón, puesto que se ha contado con el apoyo de la Secretaría de Turismo Estatal para coordinar el desarrollo del turismo en la localidad siguiendo lineamientos del Programa Estatal de Turismo. Esto deja abierta la puerta para la negociación de convenios de colaboración entre secretarías e institutos de promoción y desarrollo del turismo municipales de la región, cercanos al municipio de Torreón, como un área de oportunidad que merece atención inmediata, particularmente de las administraciones municipales de aquellas entidades que pertenecen a la denominada 'Región Lagunera', aprovechando el desarrollo del nuevo Programa de Desarrollo Turístico de Torreón, impulsado por la federación a través del Fondo Nacional de Fomento al Turismo.

Coordinación Institucional.

La Política Nacional de Turismo: Ordenamiento y Coordinación Institucional, sugiere la aplicación estratégica de diversos programas federales en 44 destinos turísticos prioritarios, entre los que se encuentra Torreón.

Se mantiene por otra parte una coordinación permanente en SECTUR para planes, proyectos y desarrollo turístico en el Municipio.

Normatividad Municipal.

El Reglamento Interior del Ayuntamiento de Torreón es su Artículo 126 contempla:

La Comisión de Comercio, Turismo y Fomento Económico, tiene las atribuciones siguientes:

I. Plantear nuevas estrategias, y supervisar aquellas existentes, para el desarrollo del comercio, turismo y fomento económico en la ciudad, así como la generación de empleos.
II. Promover la instalación de nuevas empresas, industrias y comercios.
III. Analizar y dictaminar en lo referente a la instalación de comercios ambulantes y temporales.

Comités de turismo sustentable.

Las autoridades federales, estatales, municipales y miembros del Comité de Planeación darán inicio este año al Estudio de Sustentabilidad y Desarrollo al Turismo en Torreón.

Percepción sobre el comercio ambulante.

Hay alrededor de dos mil 100 comerciantes informales en la ciudad de Torreón, y el 30 por ciento de ellos se ubica en el Centro, pues tan sólo en la avenida Hidalgo hay 200 ambulantes aproximadamente, de acuerdo a la CANACOTO (Cámara de Comercio de Torreón). Aún cuando existen datos a nivel nacional es difícil conocer la cifra exacta ya que esta varía con respecto a la época del año. Por ejemplo en estos meses de noviembre y diciembre el comercio ambulante aumenta considerablemente.

Involucramiento de los empresarios y la sociedad civil.

Torreón es un municipio empresarial, parte de su turismo es recibido por las empresas que ahí se encuentran. La mayoría de ellas está involucrada con el municipio o en forma particular para promover el turismo y la entidad.

Este año 25 empresas que ofrecen servicios turísticos en el municipio concluyeron el Programa para las buenas prácticas “Punto Limpio”, que impulsa la Secretaría de Turismo (Sectur), en coordinación con el gobierno de Coahuila y el Ayuntamiento local. De diciembre a la fecha se ha logrado certificar a 192 empresas coahuilenses de la región sureste, laguna y centro con el sello de calidad “Punto Limpio”, que ya es un símbolo nacional de máxima calidad higiénica. el programa se traducirá en importantes beneficios como la eliminación de riesgos sanitarios, la recuperación de la competitividad de los destinos turísticos de la entidad y, por ende, la atracción de turistas locales, nacionales e internacionales.

Programas realizados por el Municipio y la Dirección de Turismo Municipal han estrechado relaciones con empresas y sociedad civil. Empresas como Peñoles, Lala y Corona entre otras. Además de 60 empresas que se unieron al programa de tarjeta turística de promociones y descuentos al turista.

Universidades, escuelas han participado de una u otra forma en cursos, eventos, etc., para mejorar el turismo local y foráneo.

Participación de la sociedad en los eventos turísticos.

La sociedad de Torreón siempre ha sido muy participativa en eventos realizados ya sea por el Ayuntamiento de Torreón, la Dirección de Turismo Municipal o Estatal, la Dirección de Desarrollo Urbano, la Dirección de Ecología, así como de las empresas privadas que lo realicen. Algunos de ellos como los de:

- En septiembre, se lleva a cabo la tradicional Feria del Algodón, donde se realizan eventos culturales, musicales, instalación de juegos mecánicos, kermeses, centros de diversión móviles además de corridas de toros en la antigua Plaza de Toros y el Nuevo Coliseo de Torreón.
- Maratón Lala en el Bosque Venustiano Carranza, un evento deportivo regional, en el que han participado laguneros e incluso extranjeros. Otros eventos importantes son Laguna Open, Feria de la Laguna, festival del sol y feria del algodón. Para los amantes de los deportes se cuenta con el Estadio TSM, Estadio Revolución y el Coliseo Centenario.
- El turista urbano sea nacional o extranjero cuentan con muchas actividades recreativas, culturales, de ecoturismo, visitas a las zonas arqueológicas cercanas al municipio, museos, teatros y espectáculos públicos y privados.

Sistema de Información Estadística del Turismo.

Torreón cuenta con un sistema de Información y Estadística del Turismo llamado Data Tur, que inicio a partir del 2006 en el municipio por parte de la Secretaría de Turismo.

Este nuevo sistema de información estadística tiene las características de profesionalización y alta tecnología que el usuario requiere en la búsqueda de una certeza estratégica en las decisiones de negocios.

Los prestadores de servicios van a poder tomar decisiones oportunas, porque van a monitorear diariamente el perfil del turista: el número de noches que aquí permanecen, de dónde provienen y su grado de satisfacción orientado a proporcionar datos de gran valor estratégico para el sector turismo; garantizar certeza estadística; suministrar información de utilidad para la toma de decisiones. Su éxito dependerá principalmente de la participación de todos los agentes públicos que participan en el sector turismo.

Además se cuenta con toda la información requerida del sector turismo y empresarial en el Instituto Nacional de Geografía y Estadística del estado y municipio. (INEGI). Otro sistema que proporciona dicha información es el Data Tur surge de la necesidad de disponer de información estadística confiable y oportuna sobre el sector turismo, una demanda creciente para apoyar las decisiones de planeación, inversión, financiamiento y promoción de entidades tanto públicas como privadas.

Nivel de Desarrollo Turístico.

A nivel mundial México continúa figurando como el destino turístico líder en América Latina pero el comportamiento de los principales indicadores en la última década denota que pierde competitividad por no lograr aumentar su captación de turismo extranjero.

La importancia del turismo para Coahuila se apoya en el hecho de que el sector productivo estatal más dinámico lo integran las actividades terciarias que aportan el 51.88%, del PIB estatal, y que dentro de este agrupamiento el comercio, restaurantes y hoteles aportan el 14.61%.

En 2010 se generó una derrama de 7,280 millones de pesos en servicios relacionados con el alojamiento, alimentos, bebidas y esparcimiento.

En la Región Laguna con Torreón como principal destino, el potencial de hospedaje que también la hace concentrar la mayor inversión y empleos ha desarrollado un gran potencial industrial que está directamente relacionado con la demanda hotelera y de servicios sobre la que se fomentado el resto de los servicios turísticos, haciéndolo más competitivo.

El desarrollo del turismo en cada Región hasta antes de 2006 había sido espontáneo y no se habían realizado acciones de planeación significativas.

Su crecimiento entonces desordenado y con poco enfoque sustentable, hizo que creciera su oferta sin una estrategia definida y menos aún sin sentido de producto.

La falta de infraestructura y servicios mínimos al turismo durante muchos años han sido los puntos claves para detonar la actividad, la falta de proyectos no ha llamado a la inversión, la falta de producto no ha provocado la atractividad de los sitios.

La oferta complementaria en alimentos y bebidas, organizadores de viajes, transportes, etc. es aún débil en las regiones menos importantes y en las zonas como Torreón requieren mejoras y calidad.

La organización ejidal o comunitaria para impulsar los proyectos de turismo de naturaleza o turismo rural aún no llegan a madurar, se requiere organización, capacitación comunitaria pero sobre todo iniciativas para tocar a las ventanillas de gestión o financiamiento.

El Municipio de Torreón cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos, así como sus proximidades.

También debemos tomar como referencia en su desarrollo turístico, el fuerte segmento de turismo de negocios, el cual tiene potencial de crecimiento.

Una buena infraestructura hotelera, buen nivel educativo que capacitan al personal en el sector turístico, sitios históricos con presencia nacional e internacional y que se pueden aprovechar turísticamente. Oferta cultural en teatros y museos, una buena ubicación geográfica y accesibilidad carretera y aérea. Infraestructura en agua potable, desarrollo urbano en sus calles y parques.

-Informes del Municipio de Torreón, Coah.

Informe de Gobierno 2009	Informe_de_Gobierno_2009.pdf
Informe de Gobierno 2007	Informe de Gobierno 2007.pdf
Informe de Gobierno 2008	Informe de Gobierno 2008.pdf
Informe de Gobierno 2010	Informe_de_Gobierno2010.pdf
Informe Estadístico 2010	Informe_Estadistico2010.pdf
Informe de Gobierno 2011	InformeContenido2011.pdf
Informe de Gobierno Estadístico 2011	InformeEstadistico2011.pdf

Informe de Gobierno 2012	InformeContenido2012.pdf
Informe de Gobierno Estadístico 2012	InformeEstadistico2012.pdf
Informe de Gobierno 2013 Contenido	InformeConenido2013S.pdf
Informe de Gobierno 2013 Estadístico	

http://www.icai.org.mx/ipmn/Principal.php?sujeto=0

(IMCO, 2012)

Presupuesto gubernamental destinado al turismo – estatal y municipal.

En el 2013, el subsidio destinado al sector turístico de Coahuila suma un total de 20 millones de pesos a nivel estatal.

De acuerdo al Presupuesto de Egresos e Ingresos para la partida del 2012, último dato proporcionado, se cuenta con un presupuesto de $1. 426,566 pesos para la promoción turística y de $4. 381,564 pesos para recreación y cultura en Torreón.

3.9 TIC'S E INFORMACION TURISTICA

Portal de Internet del Destino.

Torreón cuenta con varios portales de internet a nivel municipal y sus respectivas dependencias del sector turístico, donde se informa y muestra el sector turístico que tiene Como:

www.torreon.gob.mx Portal del Municipio.
www.municipiodetorreon.gob.mx Portal del Ayuntamiento. Plan de Desarrollo Municipal
turismo.torreon.gob.mx Portal de la Dirección de Turismo Municipal
www.ofiturismo.com Dirección de Turismo Municipal
www.sedeturcoahuila.gob.mx Secretaría de Turismo de Coahuila

Independientemente de que cada uno de los hoteles, restaurantes, agencias de viajes y todo aquello relacionado con el turismo cuente con su propia página de internet hacia el destino, Torreón.

Información actualizada en el portal de Internet del Destino.

De acuerdo a las páginas consultadas para la elaboración de esta Agenda Turística, las páginas están actualizadas por el municipio en este año dos mil trece en el área turismo y de dos o tres años a la fecha el resto de las páginas consultadas.

Acceso a Internet en sitios públicos.

Torreón como muchas ciudades que reciben turistas locales y foráneos, cuentan con un sinfín de sitios con acceso a internet, la mayoría de los hoteles tienen este servicio, al igual que algunos restaurantes y bares. De igual forma los ciber-cafés de los cuales no se tiene un registro por parte del municipio hasta ahora.

También se tiene en Torreón con el programa llamado Data Tur servicio en la utilización de la tecnología de Internet como su interfaz de comunicación, por lo que sólo es necesario un navegador sobre un equipo, desde un procesador 486 en adelante para la captura, actualización de información o consulta de estadísticas y productos de información contribuye a posibilitar la obtención de información en tiempo real. Las ventajas del Data Tur está en sus Procesos de respuesta inmediata.

Consultas a diversos niveles de profundidad según perfiles del usuario.
FUENTE: (Coahuila).

Aplicaciones turísticas móviles – Guías comerciales, teléfonos de interés.

Existen innumerables compañías que suben aplicaciones turísticas para móviles, donde el turista puede consultar, ya sea para rutas turísticas, hoteles, restaurantes, guías comerciales y teléfonos de interés o de consulta.

Indicadores de localización del Destino.

La Secretaría de Turismo a través del Centro de Estudios Superiores en Turismo, plantea la necesidad de contar con un Estudio de Gran Visión del Turismo en México, que aporte información especializada para apoyar los procesos de toma de decisiones de corto, mediano y largo plazo todo esto para

el desarrollo del turismo en el país y su perspectiva hacia el año 2020.

Los indicadores que deben predominar para que Torreón tenga los elementos necesarios como destino turístico se miden bajo estos conceptos, los cuales ya han sido elaborados en este proyecto.

- Localización
- Visitantes
- Transportes.
- Alojamiento.
- Establecimientos comerciales relacionados.
- Servicios complementarios, como agentes de viajes y operadores
- Demanda
- Atractivos.
- Equipamiento e instalaciones
- Infraestructura
- Criterios de desarrollo urbano-turístico
  Rol del estado, tanto instancias turísticas como otras que inciden en su desarrollo.
- Impactos económicos, sociales y ambientales del turismo
- Comunidad local
  Ruta de tránsito
  Industria turística
- Entorno

Servicios: De restaurantes y bares, transporte (taxis, transporte urbano y suburbano) recreación (cines, espectáculos artísticos, taurinos y otros; cabarets y centros nocturnos; centros sociales; exposiciones de pintura, museos, etc.; otros servicios recreativos, alquiler de autos; estacionamientos; reparación de equipo de transporte y apoyo al turista.

Hits de visitas al portal del Destino.

No se cuenta con información al respecto.

Líneas Telefónicas.

No hay registro de ello.

Teléfonos Móviles.

No hay registro de ello.

Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico.

No hay información.

Existencias de puntos de información turística.

En base a los programas propuestos en el Plan de Desarrollo Municipal del Ayuntamiento de Torreón en la Administración 2010 – 2013, se imprimieron 20,000 dípticos con información de los principales atractivos turísticos del municipio de Torreón y sus alrededores, los cuales fueron distribuidos en los módulos de información, en hoteles, clubes deportivos, asociaciones de turismo y museos para que sean entregados directamente a nuestros visitantes y a las personas interesadas en conocer nuestra ciudad.

Mediante la instalación de módulos en distintos puntos de la ciudad, en los que se brinda información acerca de los sitios emblemáticos, como museos, plazas y pueblos mágicos.

La campaña “Visita Torreón… te sorprenderá”.

Los módulos se instalan los viernes, sábados y domingos a partir de las 10.00 de la mañana y hasta las 6.00 de la tarde, en el Centro Histórico, sobre la calle Cepeda; Central Camionera, Plaza Cuatro Caminos y en el Santuario del Cristo de las Noas.

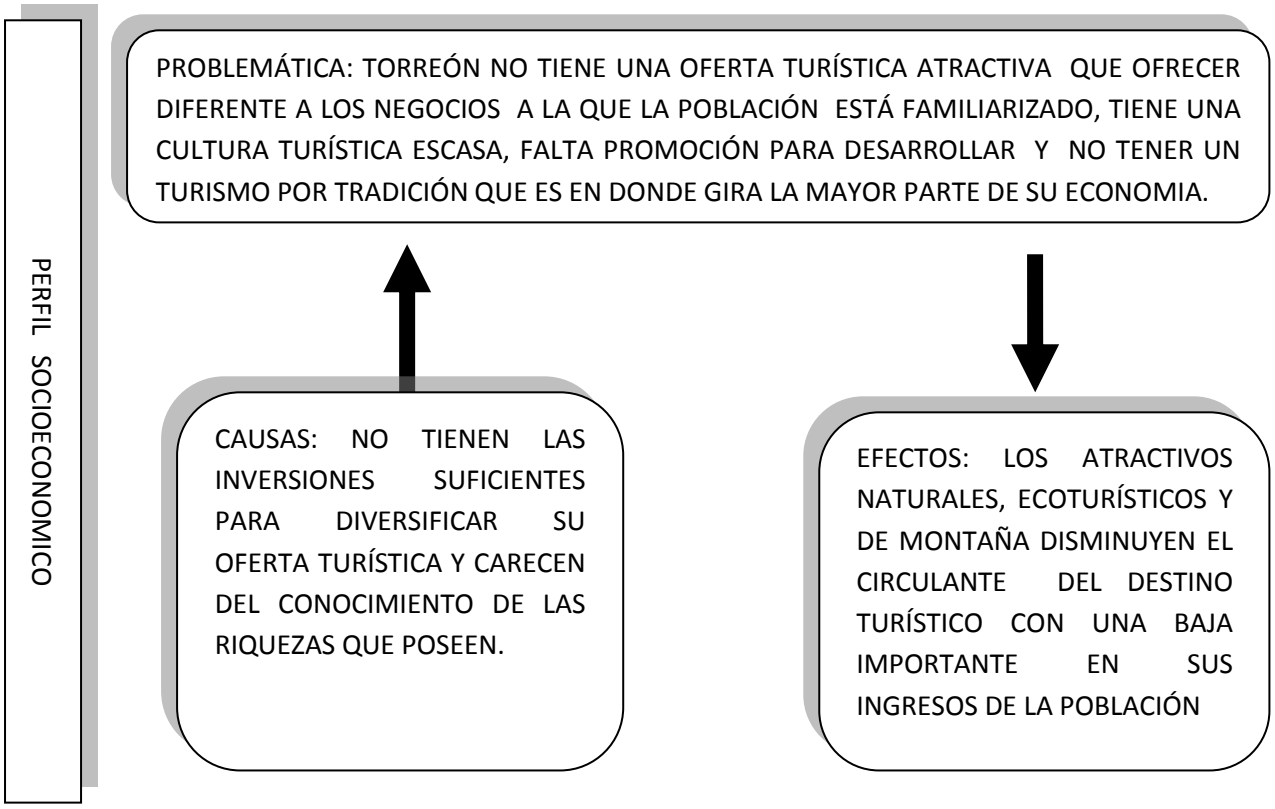
Cada uno cuenta con promotores turísticos, quienes otorgarán la información requerida por los visitantes, además de que tendrán la facilidad de aclarar dudas respecto a los sitios a los que pueden acudir, horarios e integrarse a los recorridos guiados que ofrece la Dirección.

Sistema de información Estadística del turismo.

Torreón cuenta con un sistema de Información y Estadística del Turismo llamado Data Tur, que inicio a partir del 2006 en el municipio por parte de la Secretaría de Turismo.

3.10 FICHAS DESCRIPTIVAS DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA POR CAPÍTULO DEL DIAGNÓSTICO

CAPÍTULO 1. PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL MUNICIPIO DEL DESTINO TURÍSTICO TORREÓN, COAHUILA.



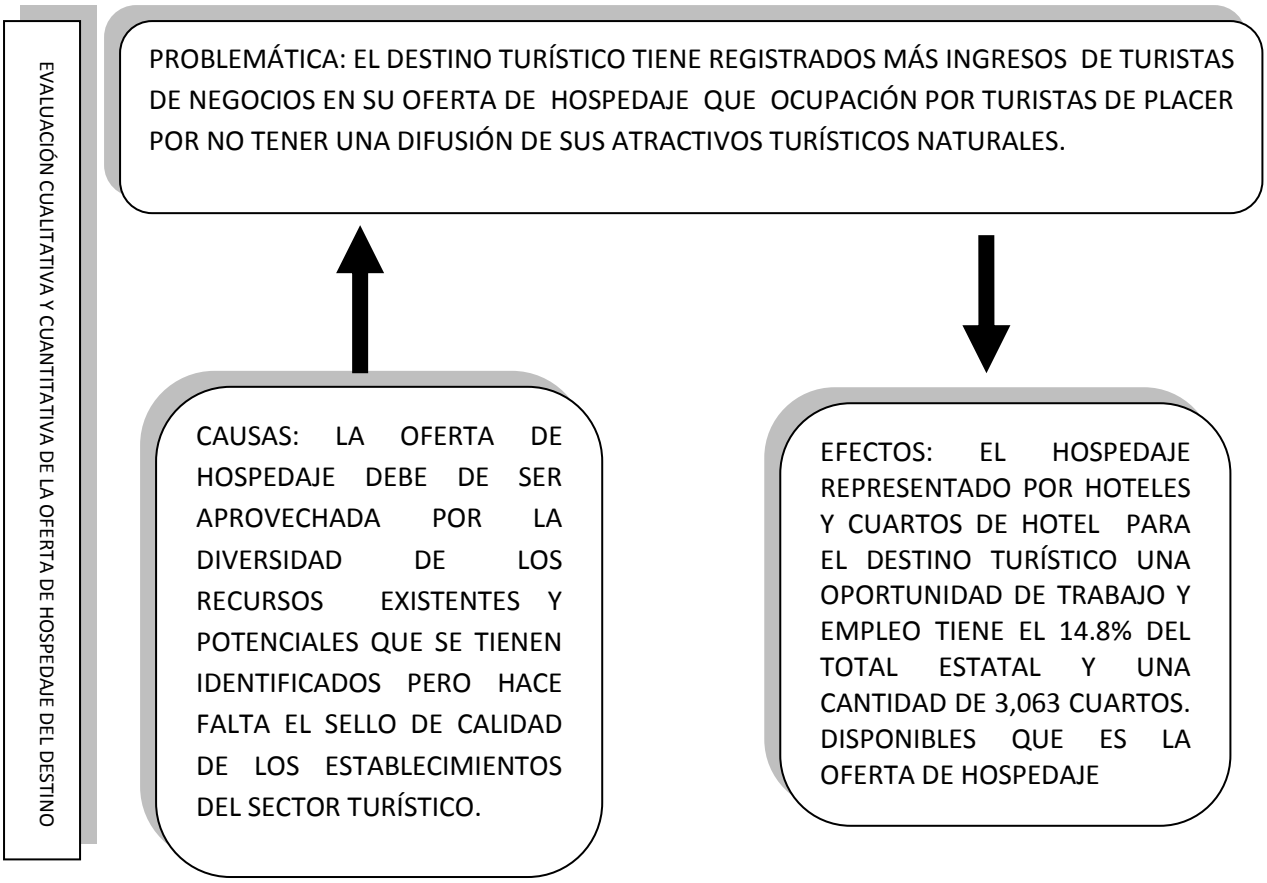
CAPÍTULO 2. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DEL POTENCIAL DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS.

PROBLEMÁTICA: EL DESTINO TURÍSTICO TIENE IDENTIFICADO SU POTENCIAL, UBICADO ESTRATÉGICAMENTE EN LA REGIÓN, PERO SIN LAS INVERSIONES NECESARIAS PARA SU REALIZACIÓN.

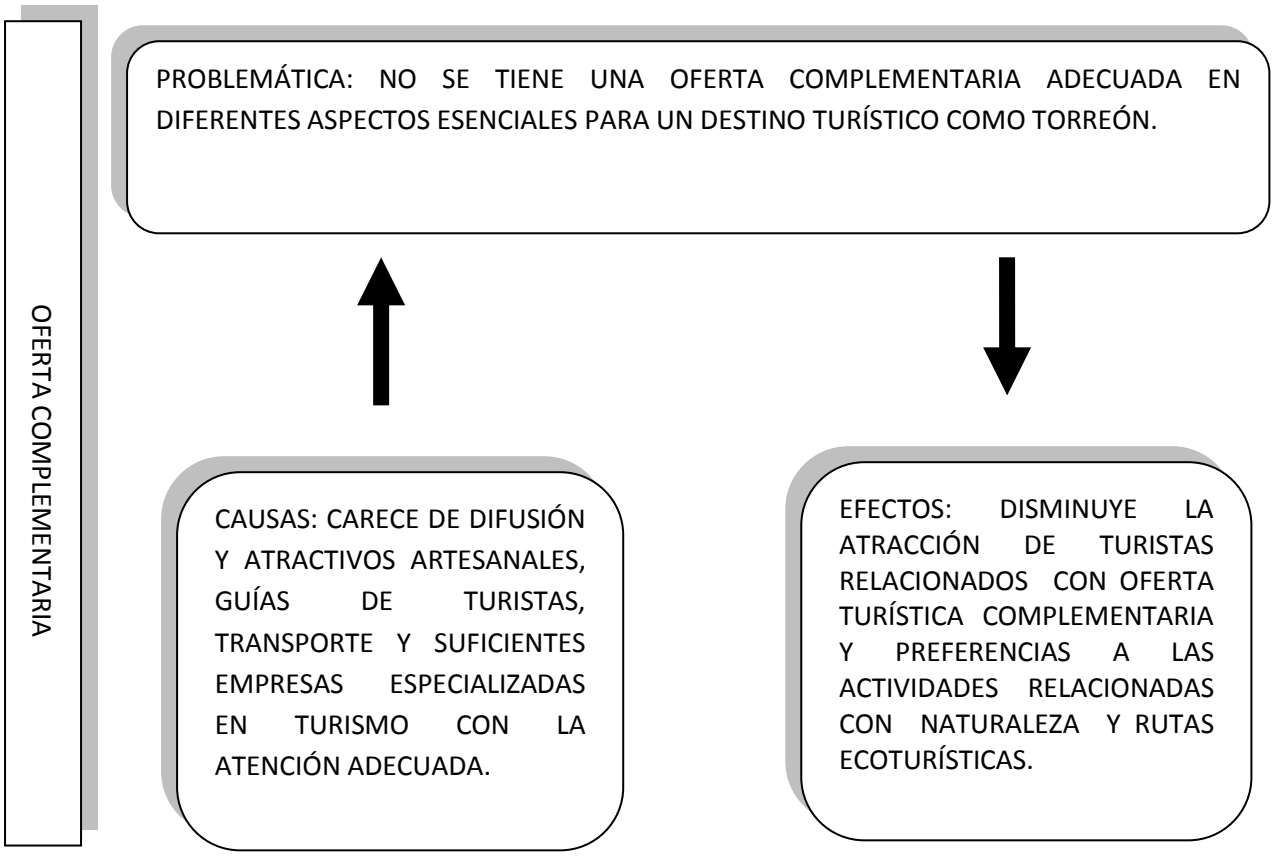
CAUSAS: AUN CUANDO SE TIENE UNA PROYECCIÓN PARA EL POTENCIAL DE LOS RECURSOS DEL DESTINO SU MAGNITUD E IMPACTO NO PERMITEN CONCRETARLOS POR FALTA DE RECURSOS.

EFECTOS: EL DESTINO TORREÓN TIENE IDENTIFICADOS A LA FECHA INCORPORAR DIECISÉIS POSIBLES RECURSOS A LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO SIN EMBARGO NO SE TIENEN LOS RECURSOS FINANCIEROS SUFICIENTES

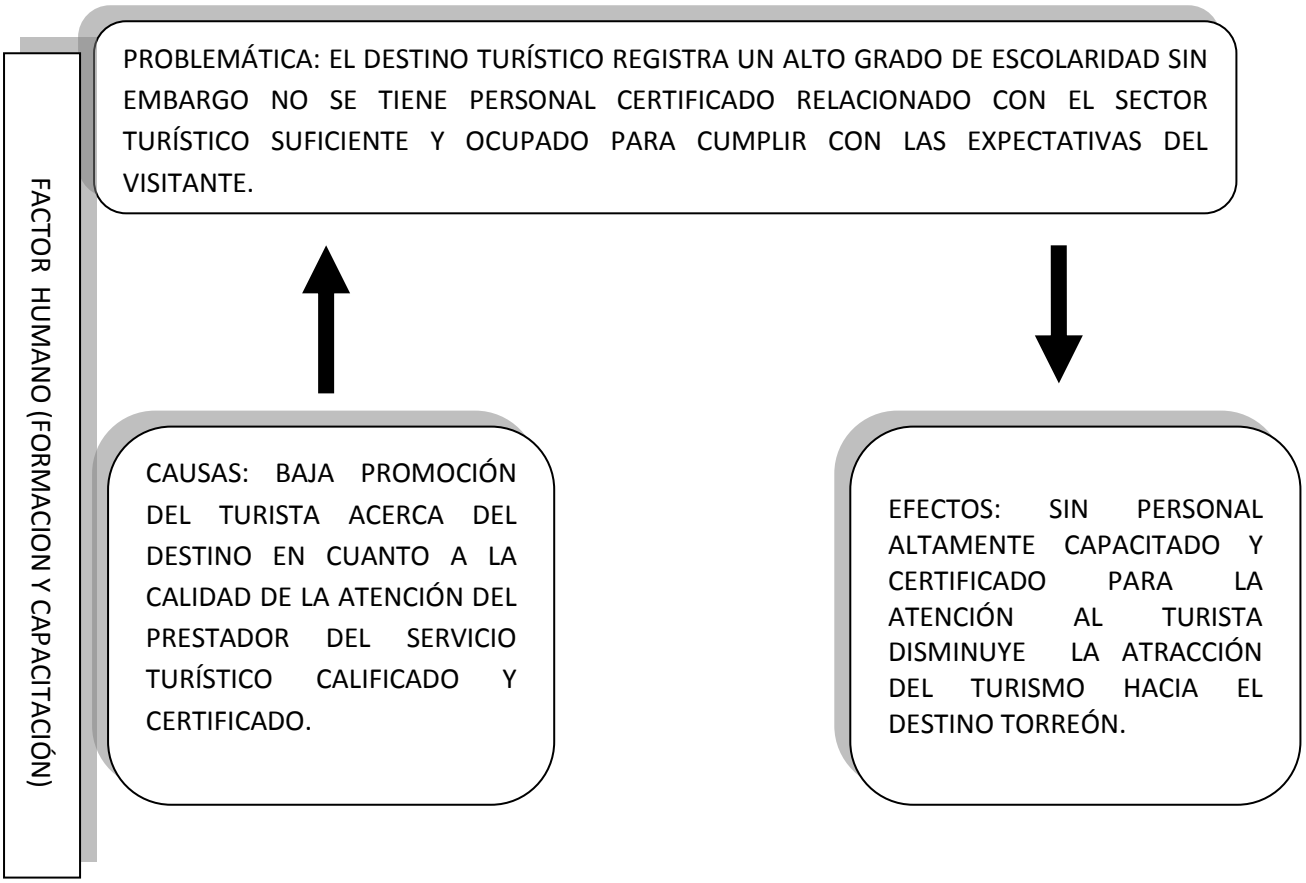
CAPITULO 3. EVALUACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA DE LA OFERTA DE HOSPEDAJE DEL DESTINO, TORREÓN, COAHUILA.



CAPÍTULO 4. OFERTA COMPLEMENTARIA DEL DESTINO, TORREÓN, COAHUILA.



CAPÍTULO 5. FACTOR HUMANO. (FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN) TORREÓN, COAHUILA.



CAPÍTULO 6.- MARCO INSTITUCIONAL NORMATIVO Y ASOCIATIVO DESTINO TURÍSTICO TORREÓN, COAHUILA.

MARCO INSTITUCIONAL NORMATIVO Y ASOCIATIVO DESTINO TURÍSTICO TORRE

PROBLEMÁTICA: A LAS REGLAS Y NORMAS VIGENTES FEDERALES, ESTATALES Y MUNICIPALES NO SE LES DA CUMPLIMENTO AL CIEN POR CIENTO DE ACUERDO A SU CONTENIDO

CAUSAS: EL DESARROLLO DE LAS OPCIONES Y NUEVOS PROYECTOS QUEDAN INCONCLUSOS POR FALTA DE CUMPLIMIENTO DE NORMAS Y LINEAMIENTOS INCLUIDAS LAS ASOCIATIVAS CON LA INICIATIVA PRIVADA Y SOCIEDAD CIVIL.

EFECTOS: MUCHAS DE LAS ACCIONES QUE DEBERÍAN SERVIR PARA FOMENTAR EL TURISMO DEJAN DE SER UTILIZADAS PARA FINES DE FINANCIAMIENTO Y APLICACIÓN DE INDICADORES TURÍSTICOS

CAPÍTULO 7.- ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD DESTINO TURÍSTICO TORREÓN, COAHUILA.

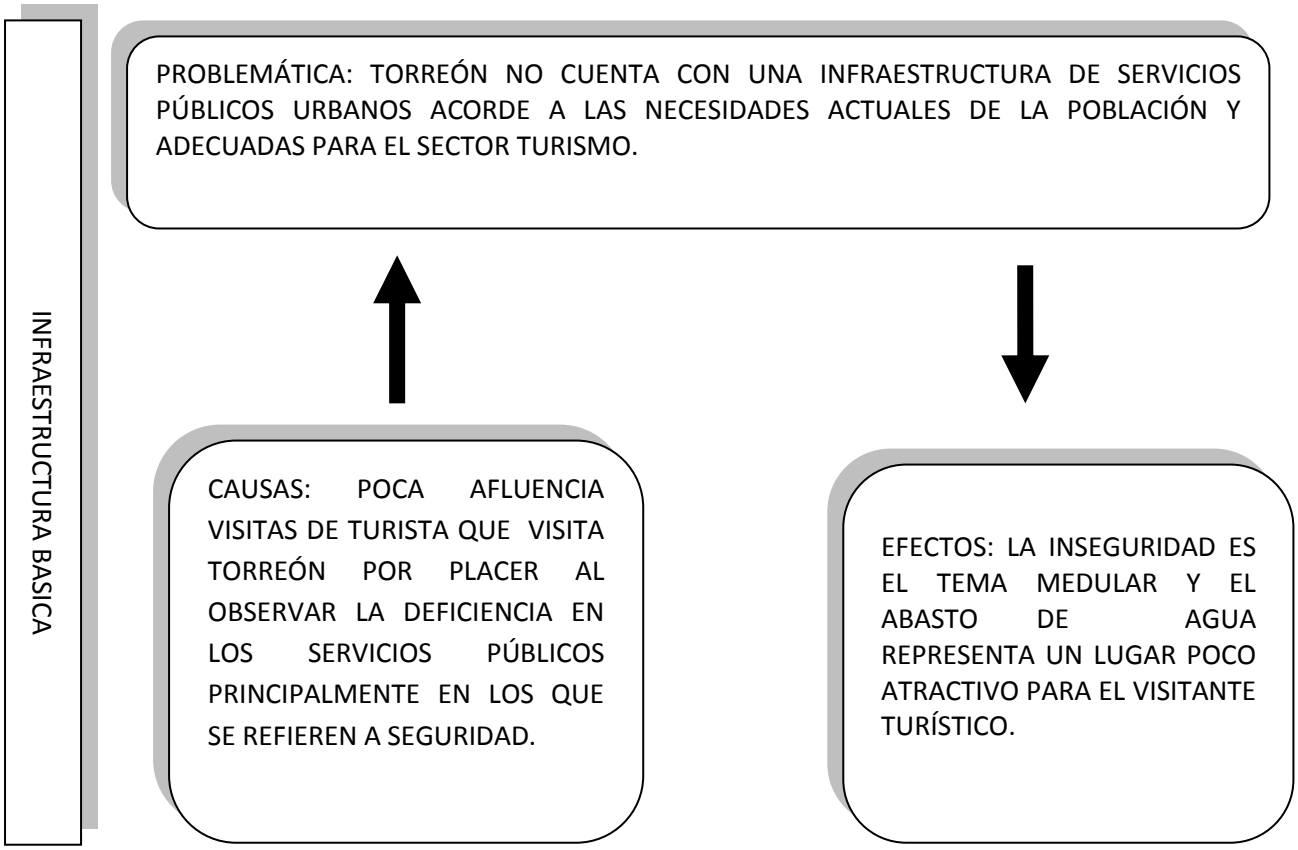
MARCO DE ACCECIBILIDAD Y MOVILIDAD

PROBLEMÁTICA: TORREÓN CARECE DE LOS MAS ELEMENTALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN URBANOS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL ENTRE ELLOS CAMIONES Y AUTOMÓVILES EN CONDICIONES ADECUADAS Y MODERNAS PARA BRINDAR UN BUEN SERVICIO AL TURISTA.

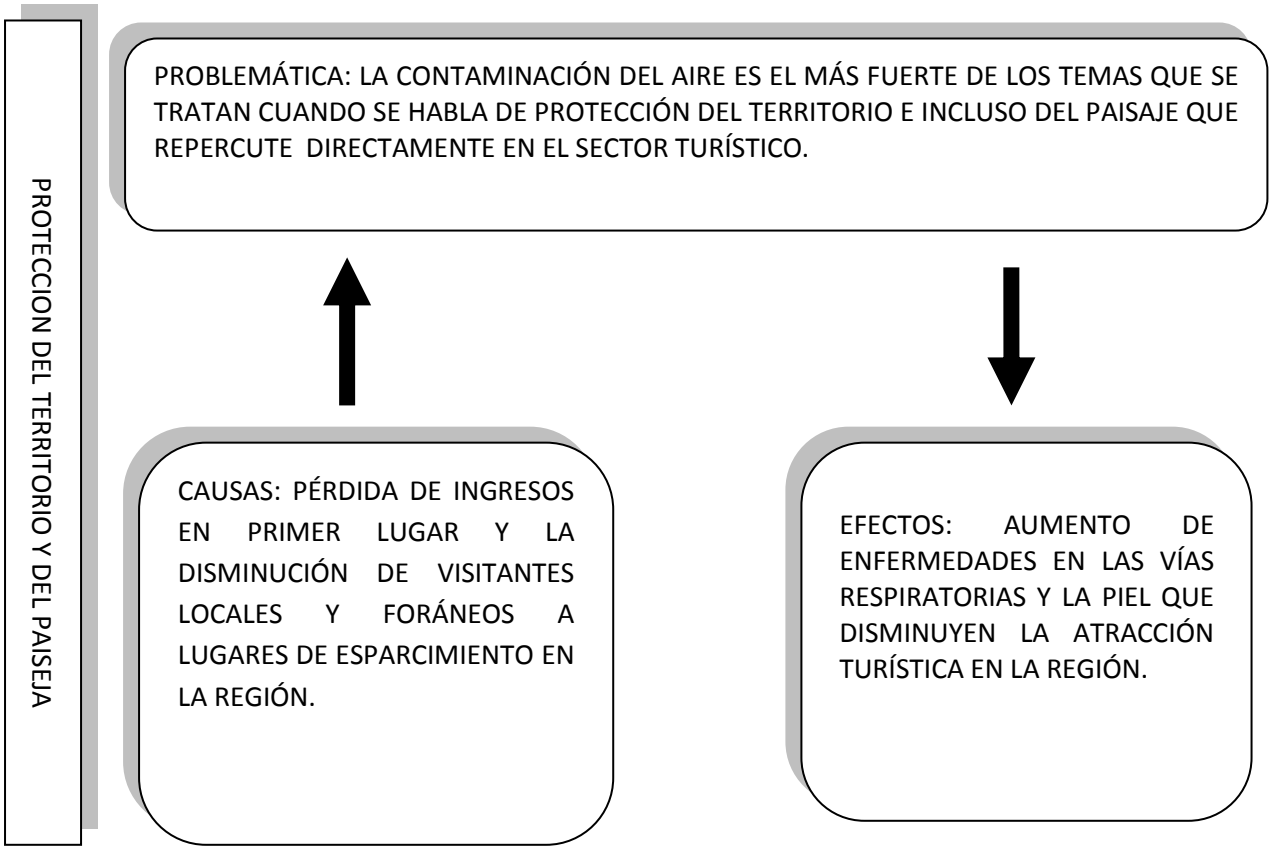
CAUSAS: MALA PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO POR LA CARENCIA DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE Y VÍAS DE ACCESO HACIA LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

EFECTOS: MALA IMAGEN Y SERVICIO LOCAL URBANO HACIA LOS DESTINOS DE MAYOR INTERÉS PARA EL VISITANTE QUE ACUDE AL DESTINO TORREÓN.

CAPÍTULO 8.- INFRAESTRUCTURA BÁSICA DEL DESTINO TURÍSTICO TORREÓN, COAHUILA.



CAPÍTULO 9.- PROTECCIÓN DEL TERRITORIO Y DEL PAISAJE DEL DESTINO TURÍSTICO TORREÓN, COAHUILA.



CAPÍTULO 10.- PROTECCIÓN AMBIENTAL DEL DESTINO TURÍSTICO TORREÓN, COAHUILA.

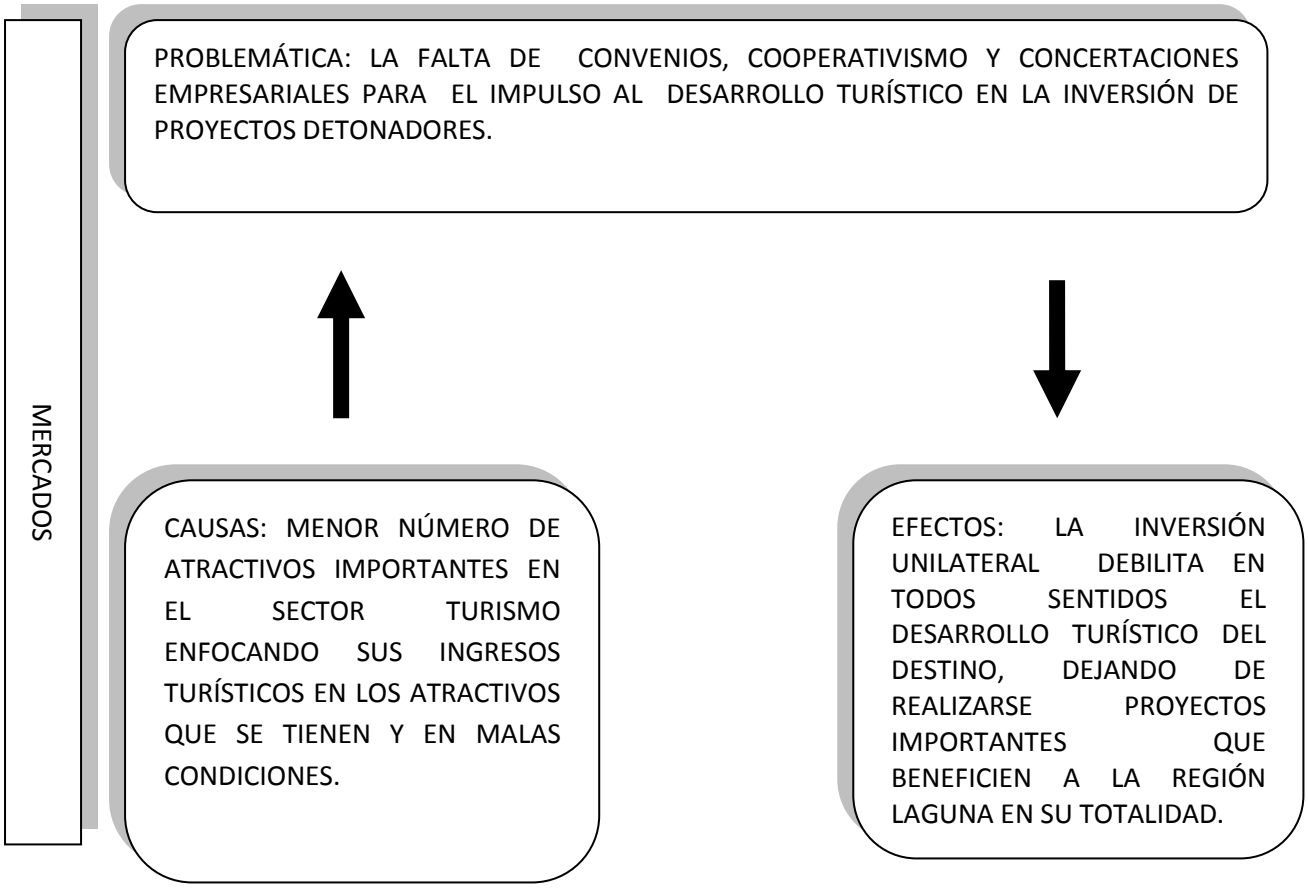
PROTECCION AMBIENTAL

PROBLEMÁTICA: INCUMPLIMIENTO DEL REGLAMENTO QUE REGULA SU PATRIMONIO EN TODOS LOS ÁMBITOS, SEAN RESERVAS NATURALES, PATRIMONIALES, HISTÓRICAS Y CULTURALES DETERIORANDO EL ASPECTO Y DANDO UNA MALA IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO

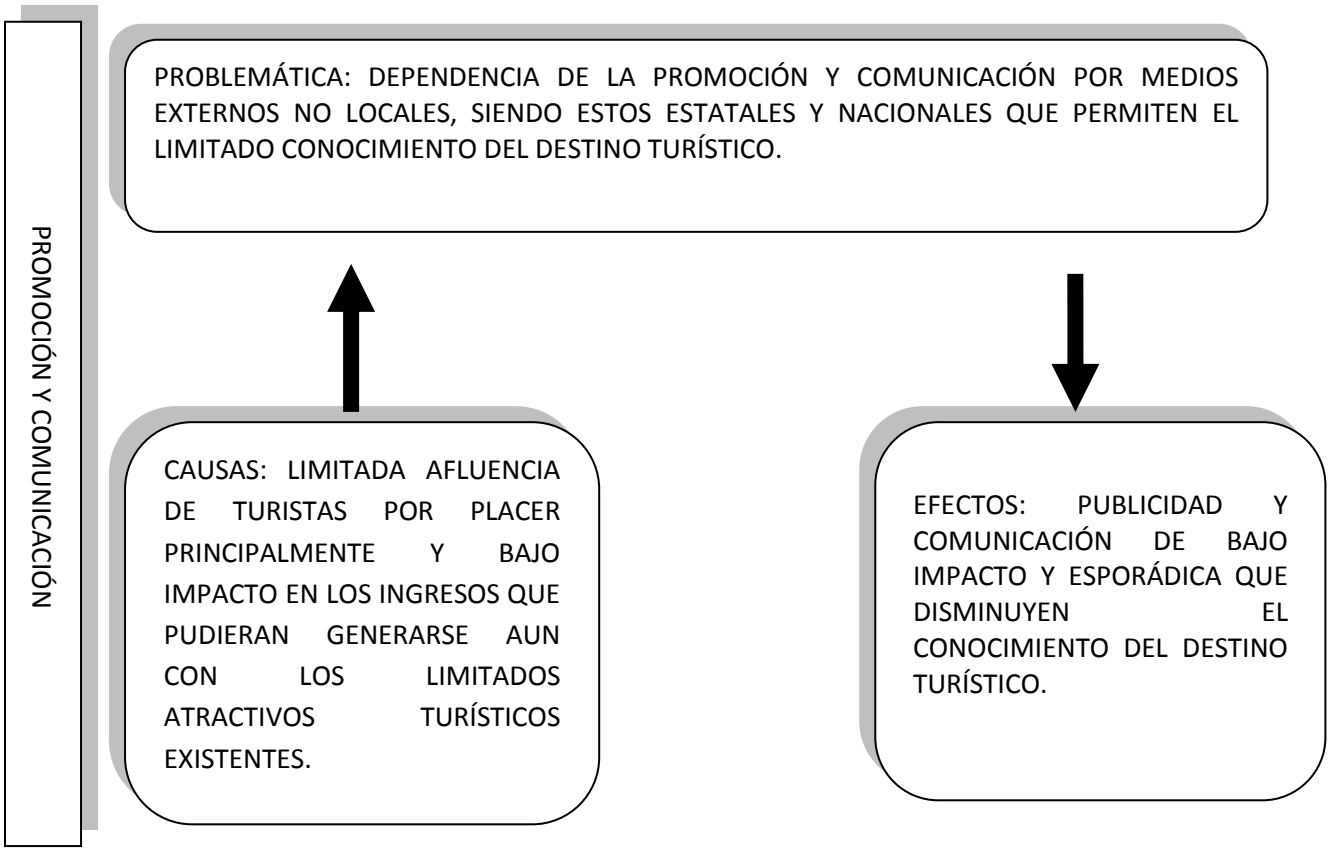
CAUSAS: BAJA EN LA COMPETITIVIDAD VISUAL COMPARADA CON OTROS PUNTOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN Y DEL ESTADO EN PARTICULAR.

EFECTOS: MAL ASPECTO VISUAL AL TURISTA, PINTAS Y GRAFITIS CON EFECTOS NEGATIVOS Y DETERIORO DE BIENES MUEBLES SON LO MAS COMÚN EN EL INCUMPLIMIENTO DE REGLAMENTOS.

CAPÍTULO 11.- MERCADOS DEL DESTINO TURÍSTICO TORREÓN, COAHUILA.



CAPÍTULO 12.- PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO TORREÓN, COAHUILA.



CAPÍTULO 13.- COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO TORREÓN, COAHUILA.

PROBLEMÁTICA: SE TRATA DE LLEGAR A UN INDICADOR ACEPTABLE DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO TURISMO LOCAL Y REGIONAL EN LA LAGUNA COMPETITIVO POR LOS MEDIOS EXISTENTES, NIVELES DE GOBIERNO, INICIATIVA PRIVADA CÁMARAS E INSTITUCIONES EDUCATIVAS SIN EMBARGO EL PROBLEMA SE GENERA POR OFRECER LOS MISMO ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN YA CONOCIDOS, SE REQUIEREN NUEVAS INVERSIONES.

CAUSAS: MENORES INGRESOS DERIVADOS DEL SECTOR TURISMO ASÍ COMO MENOS EMPLEOS DIRECTOS E INDIRECTOS POR LA OFERTA LIMITADA DE LOS ATRACTIVOS QUE SE TIENEN.

EFECTOS: LAS MISMAS PROPUESTAS TURÍSTICAS QUE LIMITAN A LOS VISITANTES REGIONALES Y NACIONALES DISMINUYENDO LA COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO TORREÓN.

CAPÍTULO 14.- TIC´s DISPONIBLES Y UTILIZADAS DEL DESTINO TURÍSTICO TORREÓN, COAHUILA.

PROBLEMÁTICA: NO SE CUENTA CON ALTA TECNOLOGÍA EN EL DESTINO TURÍSTICO, LO QUE HACE QUE NO SE APROVECHEN LOS PORTALES DE INTERNET PARA AUMENTAR Y ENCONTRAR INFORMACIÓN COMPLETA Y DE FÁCIL ACCESO AL TURISTA.

CAUSAS: POCA INFORMACIÓN ENCONTRADA EN LOS PORTALES DE INTERNET Y LA FALTA DE EXPORTACIONES DE ALTA TECNOLOGÍA OCASIONA QUE EL TURISTA NO MUESTRE INTERÉS POR EL DESTINO TURÍSTICO.

EFECTOS: DISMINUCIÓN DE INFORMACIÓN PARA EL VISITANTE Y PARA LA INVERSIÓN TURÍSTICA EN LA REGIÓN

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE TORREÓN

II. AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE TORREÓN COAHUILA.

OBJETIVO

La puesta en marcha de un Proyecto Agenda de Competitividad por Destinos Turísticos, 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 Agendas de Competitividad 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 de Torreón (ACDT): como un instrumento analítico con alto perfil de contenido diagnóstica su situación actual, lo que permite 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 gene beneficios reales para la comunidad, las empresas y los prestadores de servicios turísticos, además de favorecer la sostenibilidad del patrimonio natural; así mismo propone objetivos, estrategias, líneas de acción proyectos prioritarios de apoyo que trazan un pronóstico de mediano plazo para el desarrollo integral, sustentable y competitivo.

Como herramienta de planeación participativa, la ACDT Coordinará la actuación de los tres órdenes de Gobierno y de la iniciativa privada, estableciendo compromisos puntuales en favor de mejorar el desempeño del sector turístico, lo que se convierte en una base sólida para promover el progreso y la calidad de vida local, con el involucramiento de la sociedad en su conjunto; por otra parte, facilitará dar un seguimiento puntual al comportamiento de la competitividad del destino con respecto al de otras entidades de la República Mexicana.

1. ALINEAMIENTO DE LA POLÍTICA TURÍSTICA.

Alineación del Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, Plan Estatal de Desarrollo 2011-2017, Programa Estatal de Turismo 2011-2017 y del Plan de Desarrollo Municipal 2010-2013 con el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018

En el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 en su Objetivo 4.11. *"Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país*" y en su Estrategia 4.11.2. *"Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico"*, una de sus líneas de acción es *"Desarrollar agendas de competitividad por destinos",* de ésta, se deriva la Agenda de Competitividad de los Destinos Turísticos de México, Programa en el que se encuentra incluido Torreón.

El Gobierno del Estado de Coahuila, en el Plan Estatal de Desarrollo 2011-2017 plantea el Objetivo 2.6 *"Aprovechamiento del potencial turístico. Desarrollar el potencial turístico de Coahuila para posicionarlo como uno de los destinos más importantes del norte del país.",* y en la Estrategia 2.6.2 *"Mejorar la competitividad y diversificar la oferta turística garantizando un desarrollo sustentable y el máximo aprovechamiento del potencial que se tiene, con estrecha participación de los gobiernos federal y municipales, así como del sector privado"* con ello, reconoce a la actividad turística como un instrumento de desarrollo económico competitivo y sustentable que permitirá generar empleos dignos y desarrollar la infraestructura turística necesaria para promover las riquezas culturales y naturales del Estado.

El Plan de Desarrollo Municipal 2010-2013, establece en sus cuatro grandes Ejes de Política: Torreón requiere construirse incluyente, Torreón requiere construirse competitivo, Torreón requiere construirse sustentable, Torreón requiere construirse gobernable.

A continuación se presenta la vinculación de los documentos rectores estatales y municipales con los nacionales.

Tabla 35 Tabla de Alineación de los Planes Rectores Federal, Estatal Municipal.

Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 (PND 2013-2018 **) Alineación Objetivo 4.11, Estrategia 4.11.1**	
Alineamiento **1.- Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 (**PND 2013-2018 **)**	**PND 2013-2018** **Objetivo 4.11.** Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país. **Estrategia 4.11.1.** Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico. Líneas de acción • Actualizar el marco normativo e institucional del sector turístico. •Promover la concurrencia de las acciones gubernamentales de las entidades federativas en materia de turismo, con las del Gobierno Federal. • Alinear la política turística de las entidades federativas a la Política Nacional Turística. • Impulsar la transversalidad presupuestal y programática de las acciones gubernamentales, Coordinándolas hacia los objetivos de la Política Nacional Turística.
2.- Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 (2013-2018 PST)	**2013-2018 PST** **Objetivo 4.11.** Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país. **Estrategia 4.11.1.** Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico. **Estrategia 4.11.2.** Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico. **Estrategia 4.11.3.** Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos.
2.- Plan Estatal de Desarrollo 2011-2017, (PED 2011-2017)	PED 2011-2017 **Objetivo 2.6 Aprovechamiento del potencial turístico** Estrategia 2.6.2 Mejorar La competitividad y diversificar la oferta turística garantizando un desarrollo sustentable y el máximo aprovechamiento del potencial que se tiene con estrecha participación de los gobiernos federal y municipal, así como del sector privado. Estrategia 2.6.6 Integrar un subsistema de estadísticas continuas de indicadores de turismo para apoyar la toma de decisiones en este sector. **Estrategia 2.6.9** Diseñar y promocionar nuevas rutas turísticas a partir de las riquezas naturales, sitios históricos y paleontológicos para aprovechar el potencial del estado y sus regiones.

Programa Estatal de Turismo 2011-2017, (PET 2011-2017)	PET 2011-2017 **6.4 Eje Rector 3: Destinos sustentables** 6.4.1 Objetivo Sectorial 1. Apoyar el desarrollo turístico regional y Municipal 6.4.2 Objetivo Sectorial 2. Propiciar el desarrollo sustentable del turismo 6.4.3 Objetivo Sectorial 3. Fomentar la oferta turística 6.4.4 Objetivo Sectorial 4. Impulsar la infraestructura de apoyo
3.- PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2010-2013 (PMD 2010-2013)	**Eje 2: Torreón Competitivo** Asimismo, con el objetivo de posicionar a Torreón como una ciudad competitiva y atractiva para invertir, hacer negocios y viajar, implementaremos diversos proyectos, a través de los cuales, crearemos la marca Torreón como herramienta diferenciadora en la promoción económica del territorio;
Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 (PND 2013-2018 **) Alineación Objetivo 4.11, Estrategia 4.11.2**	
Alineamiento **1.- Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018** (PND 2013-2018)	**PND 2013-2018** Objetivo 4.11. Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país. **Estrategia 4.11.2.** Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico. **Líneas de acción** • Fortalecer la investigación y generación del conocimiento turístico. • Fortalecer la infraestructura y la calidad de los servicios y los productos turísticos. • Diversificar e innovar la oferta de productos y consolidar destinos. • Posicionar adicionalmente a México como un destino atractivo en segmentos poco desarrollados, además del de sol y playa, como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, salud, deportes, de lujo, de negocios y reuniones, cruceros, religioso, entre otros. • Concretar un Sistema Nacional de Certificación para asegurar la calidad. • Desarrollar agendas de competitividad por destinos. • Fomentar la colaboración y coordinación con el sector privado, gobiernos locales y prestadores de servicios. • Imprimir en el Programa Nacional de Infraestructura un claro enfoque turístico. _____ **PST 2013-2018** **Estrategia 4.11.2.** Impulsarla innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico.
2.- Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 (PST 2013-	

2018)	Objetivo Sectorial 2. Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística. **Líneas de acción** 1.2.1 Impulsar la creación de mecanismos institucionales para coordinar acciones transversales relacionadas con la Política Nacional Turística. 1.2.2 Promover la coordinación programática y presupuestal interinstitucional, que garantice la alineación de todas las acciones turísticas, dispersas en diferentes entidades y dependencias. 1.2.3 Impulsar la creación de instrumentos presupuestales transversales para hacer más eficiente y racional el gasto público
2.- Plan Estatal de Desarrollo 2011-2017, (PED 2011-2017) **Programa Estatal de Turismo 2011-2017,** (PET 2011-2017)	PED 2011-2017 **Objetivo 2.6 Aprovechamiento del potencial turístico** **Estrategia 2.6.3** Fomentar la construcción y el equipamiento de espacios para la realización de reuniones, eventos, congresos y convenciones, aprovechando la importante actividad industrial, comercial y de servicios de las principales ciudades del estado. **Estrategia 2.6.5** Promover la capacitación y profesionalización de los prestadores de servicio con énfasis en las personas de primer contacto, así como la calidad y certificación de las empresas prestadoras de servicios turísticos. **PET 2011-2017** **6.5 Eje Rector 4: Empresas competitivas** 6.5.1 Objetivo Sectorial 1. Fortalecer la modernización de las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYMES) turísticas 6.5.2 Objetivo Sectorial 2. Desarrollar productos y circuitos turísticos competitivos **6.5 Eje Rector 4: Empresas competitivas** 6.5.1 Objetivo Sectorial 1. Fortalecer la modernización de las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYMES) turísticas 6.5.2 Objetivo Sectorial 2. Desarrollar productos y circuitos turísticos competitivos
3.- PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2010-2013 (PMD 2010-2013)	**Eje 2: Torreón Competitivo** Asimismo, con el objetivo de posicionar a Torreón como una ciudad competitiva y atractiva para invertir, hacer negocios y viajar, implementaremos diversos proyectos, a través de los cuales, crearemos la marca Torreón como herramienta diferenciadora en la promoción económica del territorio;

Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 (PND 2013-2018 **) Alineación Objetivo 4.11, Estrategia 4.11.3**	
Alineamiento **1.- Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018** (PND 2013-2018)	**PND 2013-2018** **Objetivo 4.11. Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país.** **Estrategia 4.11.3.** Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos. Líneas de acción • Fomentar y promover esquemas de financiamiento al sector con la Banca de Desarrollo. • Incentivar las inversiones turísticas de las micro, pequeñas y medianas empresas. • Promover en todas las dependencias gubernamentales de los tres órdenes de gobierno los esquemas de simplificación y agilización de trámites para la inversión. • Elaborar un plan de conservación, consolidación y replanteamiento de los Centros Integralmente Planeados (CIP), así como la potenciación de las reservas territoriales con potencial turístico en manos del Estado. • Diseñar una estrategia integral de promoción turística internacional para proyectar una imagen de confiabilidad y modernidad. • Detonar el crecimiento del mercado interno a través del desarrollo de nuevos productos turísticos, para consolidarlo como el principal mercado nacional _____ **PST 2013-2018** **Estrategia 4.11.3.** Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos. Objetivo Sectorial 3. Facilitar el financiamiento y la inversión público –privada en proyectos con potencial turístico. **Objetivo 3. Facilitar el financiamiento y la inversión público – privada en proyectos con potencial turístico.** Generar fuentes de financiamiento para impulsar todos aquellos proyectos que promuevan el potencial turístico del país, buscar alternativas para ampliar el financiamiento, brindar apoyo para que haya más inversiones de emprendedores y MIPYMES con el fin de facilitarles el camino para que detonen sus proyectos. Nuestras acciones deben estar encaminadas a crear las oportunidades y condiciones necesarias para que quienes planteen proyectos turísticos en nuestro país puedan llevarlos a cabo. Por ello, incrementar el financiamiento y promover la inversión en proyectos con potencial turístico se convierte en una herramienta fundamental en el programa sectorial para crear esquemas de financiamiento con la Banca de desarrollo
2.- Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 (PST 2013-2018)	

orientados al encadenamiento productivo en el turismo. Con la Banca comercial se promoverá el diseño y la creación de instrumentos y productos financieros especializados para empresas turísticas. También promoveremos el uso de esquemas de asociaciones público-privadas. La finalidad es vincular la oferta de financiamiento con la demanda existente, a efecto de que se atiendan las necesidades del sector, impulsando la simplificación y agilización de trámites que incentiven la inversión y el crecimiento sostenible del turismo en México.

Estrategia 3.1. Impulsar la ampliación del acceso a crédito e instrumentos financieros del sector turístico.

Líneas de acción

3.1.1 Proponer esquemas de financiamiento con la Banca de desarrollo orientados a encadenamientos productivos turísticos y a gobiernos locales.

3.1.2 Promover con la Banca comercial instrumentos y productos financieros especializados y acordes a la capacidad y las necesidades de las unidades turísticas.

3.1.3 Fomentar la constitución de fondos de garantías.

3.1.4 Vincular la oferta de financiamiento con las necesidades del sector.

3.1.5 Facilitar el otorgamiento de créditos a través de la calificación de proyectos turísticos sustentables.

3.1.6 Diseñar productos crediticios específicos para fomentar la participación y empoderamiento económico de mujeres, particularmente en zonas turísticas rurales.

Estrategia 3.2. Fomentar mayores niveles de inversión para emprendedores y prestadores de servicios turísticos.

Líneas de acción

3.2.1 Promover e inducir inversión en los destinos turísticos prioritarios.

3.2.2 Gestionar estímulos a la inversión en proyectos turísticos detonadores de desarrollo regional y local.

3.2.3 Impulsar esquemas de simplificación y agilización de trámites en los tres órdenes de gobierno que incentiven la inversión.

3.2.4 Promover esquemas de coinversión mediante asociaciones público–privadas y fideicomisos que alienten la inversión privada y la actividad productiva.

3.2.5 Establecer alianzas con empresarios para apoyar a emprendedores y MIPYMES en el desarrollo de nuevos productos turísticos.

Estrategia 3.3. Brindar capacitación y asistencia técnica en cultura financiera para el desarrollo de proyectos turísticos.

Líneas de acción

3.3.1 Diseñar esquemas de capacitación para el sector sobre tipos de financiamiento, instrumentos financieros y crediticios.

3.3.2 Fomentar la capacitación para que los emprendedores adquieran cultura financiera y desarrollen las habilidades

	gerenciales necesarias para el éxito de los negocios turísticos. 3.3.3 Establecer un sistema de asistencia técnica y seguimiento de proyectos para orientar el financiamiento hacia un desarrollo integral de los destinos. 3.3.4 Difundir la oferta de instrumentos financieros acordes a las necesidades del sector. 3.3.5 Fomentar el uso responsable de productos y servicios financieros en proyectos turísticos. **Estrategia 3.4.** Promover financiamiento e inversión focalizada para la consolidación de la oferta del sector en los Centros Integralmente Planeados (CIP). **Líneas de acción** 3.4.1 Desarrollar planes maestros de conservación y consolidación en los Centros Integralmente Planeados. 3.4.2 Promover el financiamiento de proyectos que pongan en valor el capital de las reservas territoriales. 3.4.3 Diseñar e implementar políticas innovadoras de desarrollo y comercialización para agregar valor e incrementar la inversión en los CIP's. **Estrategia 3.5**. Fortalecer los mecanismos de atracción y captación de inversión en el sector. **Líneas de acción** 3.5.1 Establecer una plataforma de promoción de oportunidades de inversión turística. 3.5.2 Promover la cooperación bilateral y multilateral para facilitar la inversión en el sector. 3.5.3 Promover la inversión en mercados estratégicos. 3.5.4 Impulsar la participación del sector en espacios nacionales e internacionales que permitan la promoción de proyectos turísticos sustentables. 3.5.5 Generar información sobre portafolios de proyectos para inversionistas potenciales.
2.- Plan Estatal de Desarrollo 2011-2017, (PED 2011-2017) **Programa Estatal de Turismo 2011-2017,** (PET 2011-2017)	**PED 2011-2017** **Objetivo 2.6 Aprovechamiento del potencial turístico** **Estrategia 2.6.4** Facilitar la integración del turismo de negocios con otras modalidades turísticas. **Estrategia 2.6.8** Realizar las gestiones necesarias ante las instancias federales correspondientes para lograr la declaratoria de Arteaga, Candela y Viesca como "Pueblos Mágicos" **Estrategia 2.6.10** llevar a cabo campañas de promoción turística innovadoras y diferenciadas que respondan a la alta competencia nacional e internacional e impacten en forma eficaz a los mercados meta. **PET 2011-2017** 6.3.3 Objetivo Sectorial 3. Mejorar la calidad de los servicios turísticos

	6.2.4 Objetivo Sectorial 4. Modernizar y profesionalizar la administración pública del turismo
3.- PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2010-2013 (PMD 2010-2013)	**Eje 2: Torreón Competitivo** Asimismo, con el objetivo de posicionar a Torreón como una ciudad competitiva y atractiva para invertir, hacer negocios y viajar, implementaremos diversos proyectos, a través de los cuales, crearemos la marca Torreón como herramienta diferenciadora en la promoción económica del territorio;

Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 (PND 2013-2018 **) Alineación Objetivo 4.11, Estrategia 4.11.4**	
Alineamiento **1.- Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018** (PND 2013-2018)	**PND 2013-2018** **Objetivo 4.11. Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país.** **Estrategia 4.11.4.** Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social. **Líneas de acción** • Crear instrumentos para que el turismo sea una industria limpia, consolidando el modelo turístico basado en criterios de sustentabilidad social, económica y ambiental. • Impulsar el cuidado y preservación del patrimonio cultural, histórico y natural del país. •Convertir al turismo en fuente de bienestar social. • Crear programas para hacer accesible el turismo a todos los mexicanos. • Promover el ordenamiento territorial, así como la seguridad integral y protección civil.
2.- Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 (PST 2013-2018)	**PST 2013-2018** Objetivo 4.11. Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país. **Objetivo 4. Impulsar la promoción turística para contribuir a la diversificación de mercados y el desarrollo y crecimiento del sector.** Existe una gran competencia entre los destinos turísticos a nivel internacional, lo que obliga a realizar una promoción turística más activa e innovadora de México. En la Secretaría de Turismo estamos convencidos de que México ofrece experiencias más que destinos. Para ello, es indispensable complementar una oferta de calidad en cada destino con experiencias únicas que muevan a los turistas a regresar y a recomendar a México. Nuestro objetivo es generar confianza en quienes nos visitan e interés en quienes aún no han explorado nuestros destinos. México debe ser un punto de referencia entre los viajeros internacionales como un destino de clase mundial, y entre los

viajeros nacionales un motivo de orgullo.

Para lograrlo lo primero es posicionar a México como un destino atractivo. El crecimiento del sector irá de la mano de los destinos y de los socios nacionales e internacionales con quienes ya realizamos campañas de relaciones públicas y de promoción conjuntas, utilizando una amplia gama de medios para llegar a los mercados y segmentos objetivos. El uso de nuevas tecnologías para una promoción eficaz hoy es una condición necesaria que aprovecharemos con campañas de gran creatividad y capacidad para comunicar las experiencias únicas que nuestro país ofrece. México es una experiencia, por lo que hay que visitarlo y vivirlo.

La promoción eficaz se enfocará en construir una reputación de un México con servicios turísticos y atractivos de clase mundial que logra diversificarse.

Estrategia 4.1. Promover a México como un destino turístico de calidad que ofrece gran variedad de atractivos y experiencias únicas.

Líneas de acción
4.1.1 Promover la marca MÉXICO para posicionar a nuestro país como un destino turístico de clase mundial.
4.1.2 Posicionar a México como un destino atractivo en líneas de producto poco desarrolladas.
4.1.3 Realizar campañas de relaciones públicas con medios y socios internacionales para difundir los avances y mejorar la imagen turística de México.

Estrategia 4.2. Impulsar el desarrollo del mercado nacional promoviendo en la población del país la intención de conocer México y sus destinos.

Líneas de acción
4.2.1 Contribuir a revitalizar y consolidar los destinos turísticos con estrategias de promoción que resalten la diferenciación de sus atractivos.

4.2.2 Realizar programas conjuntos de promoción con la participación de los principales actores de los destinos y con socios estratégicos de la industria.
4.2.3 Intensificar el uso de Internet y las redes sociales para instrumentar estrategias de mercadotecnia en línea diferenciadas por mercado.

Estrategia 4.3. Incrementar la promoción de México en los mercados tradicionales e impulsar la diversificación de mercados.

Líneas de acción
4.3.1 Consolidar la presencia en los mercados tradicionales con campañas institucionales y programas de promoción cooperativos con destinos y socios.

	4.3.2 Instrumentar acciones de promoción con la industria y destinos en mercados emergentes de Asia, Europa y América Latina. 4.3.3 Alinear la estrategia de promoción a la diversificación y consolidación de la oferta propuesta en la política turística. 4.3.4 Diseñar políticas de comunicación y relaciones públicas basadas en la experiencia México asociada a testimonios de los propios visitantes extranjeros.
2.- Plan Estatal de Desarrollo 2011-2017, (PED 2011-2017) **Programa Estatal de Turismo 2011-2017,** (PET 2011-2017)	**PED 2011-2017** **Objetivo 2.6 Aprovechamiento del potencial turístico** **Estrategia 2.6.7** Elaborar programas regionales para el desarrollo de destinos turísticos considerando su aplicación estratégica en el corto, mediano y largo plazo. **Estrategia 2.6.**1 Consolidar los centros turísticos en desarrollo sobre la base de su riqueza cultural, gastronómica, histórica, natural, cinegética y paleontológica, así como por su infraestructura para las actividades de negocios, convenciones, deportes, recreación, descanso y esparcimiento e iniciar aquellos que presenten potencial. **PET 2011-2017** **6.2 Eje Rector 1: El turismo como prioridad de desarrollo del Estado de Coahuila** 6.2.2 Objetivo Sectorial 2. Generar y difundir información turística 6.2.4 Objetivo Sectorial 4. Modernizar y profesionalizar la administración pública del turismo 6.3.1 Objetivo Sectorial 1. Fortalecer la promoción turística 6.3.3 Objetivo Sectorial 3. Mejorar la calidad de los servicios turísticos 6.3.4 Objetivo Sectorial 4. Impulsar el desarrollo social sustentable y el turismo social
3.- PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2010-2013 (PMD 2010-2013)	**Eje 2: Torreón Competitivo** Asimismo, con el objetivo de posicionar a Torreón como una ciudad competitiva y atractiva para invertir, hacer negocios y viajar, implementaremos diversos proyectos, a través de los cuales, crearemos la marca Torreón como herramienta diferenciadora en la promoción económica del territorio;

BIBLIOGRAFIA

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2013-2018
PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO 2013-2018
PLAN ESTATAL DE DESARROLLO 2011-2017
PROGRAMA ESTATAL DE TURISMO 2011-2017
PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2010-2013

2. OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Introducción

El proceso de planeación estratégica participativa conducido por la Secretaría de Turismo, el Gobierno del Estado y el Municipio, convocando al sector turísticos y los actores involucrados en él, ha orientado la elaboración de la ACDT, la cual pretende reflejar la problemática y necesidades encontradas en cada una de las regiones, presentadas ahora como propuestas de trabajo específicas para fundamentar la política turística del Estado para Torreón, Coah.

En el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, en los Objetivos Sectoriales "1. Transformar el sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad para aprovechar el potencial turístico" y "2. Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística" se plasman los esquemas de la nueva política turística nacional que demanda la ejecución de un nuevo modelo de desarrollo deseado y el papel que el Estado Mexicano deberá jugar como su instrumentador.

Los objetivos turísticos del Estado de Coahuila y del Municipio de Torreón, se encuentran alineados a los objetivos nacionales, por lo cual para su cumplimiento en la ACDT se plantea la adopción de un modelo de competitividad basado en nueve factores articulados y sus áreas de efectividad que soportan el modelo de política turística nacional, estatal y municipal.

El turismo en Torreón es una de las actividades que pueden alcanzar una importante contribución a la economía estatal no obstante que la política económica anterior la ha mantenido como una actividad subordinada y de bajo perfil, el reto es ahora lograr que se consolide efectivamente como una prioridad municipal por lo que habrá que definir un rumbo claro con visión de largo alcance y sobre todo formalizar una política turística integral e incluyente.

A continuación se presentan los nueve Factores de Competitividad, los cuales constituyen la acción principal que el Gobierno Estatal y Municipal, encabezarán conjuntamente con los tres niveles de gobierno, los sectores social y privado del sector turismo para consolidar al turismo como uno de los elementos clave para el desarrollo económico de Torreón.
Estos objetivos se encuentran estructurados dentro de Factor de Competitividad los cuales soportarán el nuevo modelo de desarrollo turístico para Torreón. Las estrategias y líneas de acción de cada uno de objetivos constituyen el compromiso de alcanzar resultados a corto y mediano plazo considerándolos dentro de un marco de medición, adecuación y flexibilidad permanente de la actuación del sector

Factores de Competitividad

1.- Oferta turística

Objetivo 1.- Consolidar y ampliar la oferta turística existente y crear nueva

Estrategia 1.- Fomentar la Inversión en el Sector

Líneas de Acción.-

1. Coordinar con el Municipio, las asociaciones y organizaciones productivas, cartera de proyectos y acciones de inversión en el sector turístico, estratégicas para el desarrollo municipal y regional.

2. Diseño de un sistema de incentivos y facilitación de inversiones en equipamiento y servicios turísticos.

3. Crear certidumbre jurídica para la inversión en zonas turísticas actualizando el marco jurídico a las nuevas condiciones políticas, económicas y sociales de Coahuila.

4. Elaborar e implementar modelo de desarrollo turístico que fomente el fortalecimiento de las PyMES por medio de su capacitación y asesoría.

5. Aplicación de la Agenda de Competitividad y del Programa de Desarrollo Turístico de Torreón.

6. Promover la elaboración de programas urbano-turísticos que generen carteras de proyectos de inversión para sitios con atractivos naturales y culturales .

7. Gestionar y promover la inversión para los proyectos que mejoren la infraestructura de accesibilidad y conectividad del destino.

Estrategia 2.- Identificar e integrar esquemas de financiamiento para el Sector.

Líneas de Acción.-

1. Identificar instrumentos fiscales, jurídicos y de financiamiento a nivel federal, estatal y municipal.

2. Aprovechar esquemas de desarrollo turístico en co-participación público-privado-social.

3. Coordinar de los tres niveles de gobierno con la iniciativa privada del sector y el sector social para su integración

4. Identificación de proyectos de infraestructura que mejoren la competitividad turística y realizar las gestiones para su atención ante las Entidades correspondientes

Objetivo 2.- Impulsar la infraestructura de servicios turísticos y de apoyo a la competitividad turística.

Estrategia 1.- Gestión de infraestructura ante las instancias de Gobierno, sector privado y asociaciones.

Líneas de Acción.-

1. Construir el Centro de Convenciones de Torreón para impulsar el turismo de reuniones y convenciones.

2. Crear las condiciones e infraestructura necesaria para la recepción de turistas de diferentes segmentos, en especial la requerida por los productos, rutas y circuitos turísticos.

3. Fomentar la modernización y renovación de la infraestructura actual de los servicios de alojamiento; así como contar con alojamiento especializado para el ecoturismo y turismo de naturaleza incorporando la oferta social de hostales en las pequeñas localidades.

4. Fomentar la modernización y renovación de la infraestructura actual de los servicios de alimentación y mercados, establecidos en la Ciudad y las localidades de su área de influencia.

5. Privilegiar la mezcla de recursos de los tres ámbitos de gobierno y del sector privado para atender necesidades específicas del centro histórico y barrios antiguos de la cabecera municipal, localidades y zona de influencia.

6. Promover, en coordinación con la Secretaría de Turismo Federal la firma del convenio para incluir a las Ciudades identificadas y/o planeadas integralmente como destinos turísticos en el Programa Pueblos Mágicos.

7. Impulsar el desarrollo de proyectos ecoturísticos con base en el Plan de Ordenamiento del Ecoturismo y Turismo de Naturaleza (Convenio Interinstitucional).

8. Fortalecer la infraestructura de apoyo del Pueblos Mágico de Viesca.

9. Instrumentar programa de rescate del centro histórico de la Ciudad de Torreón y su zona de influencia.

10. Establecer un Programa de señalización carretera y señalética urbana.

11. Gestionar y convenir recursos para la construcción, mantenimiento, rehabilitación, ampliación y modernización de caminos y carreteras que den accesibilidad al municipio y sus localidades.

Objetivo 3.- Desarrollar productos y circuitos turísticos competitivos.

Estrategia 1.- Desarrollo de productos y circuitos para segmentos específicos.

Líneas de Acción.-

1. Identificar sitios y áreas de la Ciudad y de las localidades de la zona influencia con potencial para el turismo urbano, de reuniones y convenciones, religioso, gastronómico, de salud, cultural, deportivos, ecológico, de naturaleza, entre otros.

2. Elaborar diagnósticos para la proyección de productos competitivos por especialidad y por vocación de la Ciudad de Torreón y las localidades del área de influencia.

3. Impulsar el desarrollo de eventos culturales, deportivos, religiosos, artesanales, gastronómicos, entre otros de atracción nacional e internacional y desarrollar productos y paquetes turísticos a partir de estos.

4. Realizar Talleres para diseño de productos turísticos impartidos a operadores y empresas turísticas, agencias de viajes, y alumnos de universidades.

5. Establecer vinculación de proyectos turísticos, con las diversas instancias de gobierno y empresarios interesados en invertir.

6. Crear programas de competitividad locales que apoyen el turismo cultural, de negocios, religioso, congresos y convenciones, urbano, de aventura, e interés especial.

7. Crear esquemas de coordinación entre localidades y municipios para impulsar el desarrollo de rutas y circuitos turísticos.

Estrategia 2.- Impulsar el turismo de naturaleza

Líneas de Acción.-

1. Posicionar al clúster como destino regional de ecoturismo y aventura considerando las localidades naturales de Torreón y las de Matamoros, Francisco I. Madero y Viesca.

2. Estructurar recorridos de avistamiento de flora, fauna y paisajismo.

3. Posicionar a Coahuila como sitio del encuentro con los orígenes considerando la Zona del Silencio en el Bolsón de Mapimí y Francisco I madero y las Dunas de Bilbao en Viesca.

4. Fortalecer los sistemas y equipamientos de apoyo y orientación turística a lo largo de las rutas de turismo alternativo.

5. Establecer vínculos y canales de comunicación efectivos entre las diversas instancias de gobierno.

6. Establecer un sistema de información sobre el segmento de turismo de naturaleza, informando puntos de acceso a recorridos, sistemas de asistencia turística y de emergencias.

7. Promover e impulsar esquemas de financiamiento que incentiven la participación del sector privado en iniciativas compartidas con organizaciones sociales y gobierno.

Estrategia 3 Impulsar el turismo cultural y social.

Líneas de Acción.-

1. Investigar, inventariar, catalogar, preservar y difundir el patrimonio histórico, artístico y cultural que constituye la identidad de Torreón y su zona de influencia.

2. Definir los recursos culturales aprovechables y de mayor demanda por segmento.

3. Definir las rutas y circuitos, su equipamiento básico y las acciones para su operación y preservación.

4. Posicionar al turismo cultural de torreón en el ámbito local, nacional e internacional.

5. Identificar la gastronomía y artesanía tradicional a partir de los recursos de las localidades e impulsar la formación de artesanos.

6. Impulsar la formación de artesanos que elaboren productos de plata.

7. Impulsar opciones de viaje dentro del Programa de Turismo para Todos.

8. Diseñar y operar programas para el turismo social, procurando la vinculación con organizaciones no gubernamentales que hacen jornadas de atención y apoyo a comunidades rurales.

9. Impulsar la visita a Torreón, mediante convenios con Ayuntamientos municipales interesadas en promover el turismo social, a fin de impulsar iniciativas conjuntas de apoyo para comunidades y turistas.

Estrategia 4.- Impulsar el turismo de salud.

Líneas de Acción.-

1. Suscribir convenios con instituciones de gobierno, académicas y privadas para elaborar programas de salud a ofertar a los turistas.

2. Realizar estudios de diagnóstico sobre el turismo de salud en los destinos emisores y potenciales, identificando los servicios médicos más demandados, en especial por crecientes segmentos de población Estadounidense.

3. Integrar un inventario de especialidades médicas reconocidas y ofrecidas por la red de hospitales ubicados en la Ciudad de Torreón Inventario de destinos con potencial de aguas termales, lodos y balnearios naturales.

4. Establecer programas de difusión de los servicios médicos y especialidades que oferta torreón en comunidades objetivo, en especial en los destinos emisores y Texas.

5. Firmar convenios de colaboración con hospitales privados y públicos del sistema de salud de Torreón.

Estrategia 5.- Impulsar el turismo de negocios.

Líneas de Acción.-

1. Aplicar la política de turismo de Congresos y Convenciones fortaleciéndola con la dotación de infraestructura.

2. Crear la imagen y posicionamiento del clúster como lugar de reuniones y generando un banco de imágenes, capacidades, instalaciones y

servicios.

3. Formar un club de producto “Reuniones” que agrupe a empresarios e instituciones y permita focalizar los esfuerzos hacia eventos específicos.

4. Impulsar el mejoramiento de los recintos feriales, reuniones y convenciones, centros de convenciones en las principales Ciudades de la Entidad.

5. Fomentar la creación de promotores y desarrolladores de turismo (DMOs) en las principales Ciudades de Coahuila.

6. Elaborar y difundir guías especializadas de Congresos y Convenciones, de Recintos para Ferias y Exposiciones y de Viajes de Incentivo.

Estrategia 6.- Impulsar el turismo deportivo.

Líneas de Acción.-

1. Elaborar inventario de eventos realizados anualmente y de zonas y municipios con potencial para el turismo deportivo.

2. Realizar Talleres y seminarios sobre mercado, comercialización de productos y servicios, normatividad y nuevas tecnologías.

3. Establecer sistema de información por segmentos, identificación de áreas de oportunidad para nuevas competencias en el Estado.

4. Llevar a cabo promoción de los eventos, sitios y destinos deportivos.

5. Establecer convenios para el desarrollo del turismo deportivo.

Estrategia 7.-Competitividad y Segmentos especializados.

Líneas de Acción.-

1. Promover la creación de Agencias Integradoras Locales de Viajes Especializados (DMCs), en coordinación con la Oficina de Convenciones y Visitantes de Torreón.

2. Apoyar acciones de transferencia de tecnología, en coordinación con la SECTUR al sector turístico de Torreón y su área de Influencia.

3. En coordinación con la Secretaría de Turismo Federal, proporcionar información al sector turístico de la región laguna, sobre el diseño y la comercialización de productos turísticos y competitividad para la

conformación de programas específicos.

4. Realizar diagnósticos municipales para segmentos de turismo religioso, gastronómico, científico y educativo, entre otros.

5. Integrar grupos de trabajo interinstitucionales e intersectoriales

2.- Democratización de la productividad turística

Objetivo 1.- Promover el uso y asignación eficiente de los factores que impulsan la productividad en las empresas turísticas del destino.

Estrategia 1.1.- Fortalecer el funcionamiento de los instrumentos de inversión para impulsar la creación de empleos formales y bien remunerados derivados del turismo.

Líneas de Acción.-

1. Ampliar el acceso al crédito y servicios financieros a través del respaldo de instituciones públicas y de la banca de primero, segundo y tercer nivel.

2. Generar un programa para el respaldo de garantías liquidas para aquellas microempresas que lo requieran.

3. Considerar los proyectos de turismo en los programas institucionales dirigidos a localidades urbanas y rurales con vulnerabilidad.

4. Fomentar la organización y asociaciones productivas de microempresarios que les permitan generar economías de escala.

Estrategia 1.2.- Promover el manejo eficiente y sustentable del capital natural y reforzar el cuidado del medio ambiente asegurando su preservación.

Líneas de Acción.-

1. Impulsar el crecimiento de áreas verdes que preserve el capital natural de la región, al mismo tiempo que promueva aumentos en la productividad turística.

2. Modernizar y expandir la infraestructura dedicad a actividades de recreación y esparcimiento.

3. Promover un mayor uso de energías limpias.

4. Establecer una política pública integral en materia de limpieza,

separación, recolección, tratamiento y disposición final de la basura.

Estrategia 1.3.- Fortalecer las actividades de capacitación laboral y formación para el trabajador que eleven la productividad en las empresas turísticas.

Líneas de Acción.-

1. Impulsar políticas activas de capacitación laboral que fomenten la actualización y vigencia de capacidades y competencias de los trabajadores.

2. Certificación de competencias laborales.

3. En conjunto con el sector educativo promover la profesionalización de las diversas áreas de inserción laboral en las empresas turísticas de acuerdo a su nivel de operación.

4. Fomentar el incremento de la productividad laboral con beneficios compartidos entre empleadores y empleados.

Objetivo 2.- Fortalecer el ambiente de negocios en el que operan las empresas y los productores dedicados al sector turístico.

Estrategia 2.1.- Mantener la estabilidad de la economía y finanza regional con el fin de generar un marco de certidumbre para los agentes económicos.

Líneas de acción.-

1. Fortalecer los ingresos del sector público.

2. Promover un manejo responsable del endeudamiento público y privado que se traduzca en bajos costos de financiamiento y niveles de riesgo prudentes.

3. Promover la creación de un organismo regional de turismo.

Estrategia 2.2.- Promover que las acciones de gobierno consoliden un ambiente de negocios propicio para la creación y crecimiento de empresas formales.

Líneas de Acción.-

1. Implementar una mejora regulatoria integral que reduzca las caras excesivas que afectan la creación y el crecimiento de empresas formales.

2. Facilitar operaciones mercantiles mediante el desarrollo y uso de tecnologías de la información.

3. Promover iniciativas de cooperación regulatoria entre distintos órdenes de gobierno.

3.- Sustentabilidad Turística

Objetivo 1.- Apoyar el desarrollo turístico regional y municipal.

Estrategia 1.- Fortalecer los programas regionales de desarrollo turístico.

Líneas de Acción.-

1. Integrar a Torreón y zona de influencia en programas de certificación de competitividad y sustentabilidad como: Destinos turísticos limpios. Programa de Liderazgo Ambiental para la Competitividad. Establecimientos con sello de calidad ambiental turística. Certificado Green Globe. Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental. Certificado de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos, entre otros.

2. Desarrollar y aplicar programas de desarrollo turístico regional integralmente planeados en coordinación con los municipios de la zona de influencia atendiendo a su vocación.

3. Implementar en Torreón y su área de influencia el Programa de Turismo Sustentable en México.

4. Integrar condiciones de marca y su posicionamiento que alienten la comercialización del producto regional como actividad permanente.

5. Fortalecer los existentes y fomentar la integración de nuevos servicios públicos de transportación para el acceso del turismo y su movilización regional.

6. Apoyar el desarrollo de operadores receptivos regionales.

7. Intensificar, desarrollar y promover la estructuración operativa de rutas turísticas regionales identificadas en su zona de influencia, considerando la comarca lagunera.

8. Crear y estructurar circuitos turísticos temáticos identificados como oportunidades para el posicionamiento turístico “de marca” considerando la comarca lagunera, la región sureste y centro del Estado.

9. Creación de Cluster de Producto Turístico.

10. Identificar oportunidades de inversión con alto potencial.

Estrategia 2. Coordinación de acciones entre los Tres Órdenes de Gobierno.

Líneas de Acción.-

1. Promover la firma y ejecución de convenios y programas, privilegiando la mezcla de recursos entre el Gobierno Federal, Estatal, Municipal y sector privado para atender y promover proyectos específicos.

2. Creación de mecanismos de coordinación entre la Secretaría de Turismo de Coahuila, Municipio y sector privado que permitan orientar y definir prioridades para los ejercicios anuales de impulso al sector.

3. Realizar seminarios y talleres con autoridades municipales, agentes que participan en el sector y la comunidad en general, sobre temas de apoyo a la actividad turística.

Objetivo 2.- Preservar el Medio Ambiente y los Recursos Naturales.
Estrategia 1.-Disponibilidad y consumo de agua.

Líneas de Acción.-

1. Realizar prácticas eficientes en la extracción de agua para el consumo humano.

2. Fortalecer la eficiencia y el equilibrio en la distribución del consumo de agua por sectores y por uso.

3. Mantener las fuentes de abastecimiento de agua y analizar nuevas para el mediano plazo (20 años).

4. Eficientar el uso del agua mediante campañas de concientización hacia la población y el sector productivo para el consumo racional del agua, apoyándose de forma interinstitucional.

5. Regular con la oferta-demanda la operación de las plantas de tratamiento secundario y terciario de agua a fin de equilibrar el trabajo de los sistemas de tratamiento.

6. En coordinación con el Instituto Mexicano de Tecnología del Agua (IMTA), considerar el establecimiento de vermifiltros para el tratamiento

de aguas residuales de uso doméstico que descargan a cielo abierto.

7. Continuar con la sustitución de redes de distribución de agua antiguas, por el riesgo de contaminación de arsénico que representan

8. El organismo operador reporta que con la infraestructura actual no se tiene garantizado el abasto para los próximos 20 años y que requiere otra fuente de abastecimiento; situación que lo coloca en un estado de alerta.

Estrategia 2.- Generación de basura y disposición de residuos sólidos

Líneas de Acción.-

1. Mantener monitoreo de la generación de basura zona, así como de la composición de los residuos producidos en el municipio por temporada.

2. Establecer de forma permanente campañas de concientización para la separación de residuos sólidos en fuente, con el fin de mejorar el manejo y alargar el periodo de vida útil del relleno sanitario.

3. Establecer programas de estímulos a la población y sector productivo para la separación de residuos sólidos

4. Realizar campañas de reciclaje de residuos en centros de reunión como escuelas, oficinas públicas, centros de atractivos turísticos, etcétera que ayuden con los costos del manejo de residuos y que reduzcan los costos de recolección de las rutas de reciclaje.

5. Considerar la reglamentación estatal y municipal en la generación de residuos por las industrias: recolección, transferencia y disposición final

6. Promover el mejoramiento del medio ambiente con acciones sustentables para la Industria, desde su origen, uso de tecnologías limpias, mejoramiento de prácticas de operación, incrementos en la vida útil de productos, recuperación, rehúso, reciclaje fuera de sus procesos, entre otras.

7. Establecer y mantener la eficiencia en programas de recolección y manejo de residuos peligrosos.

Estrategia 3.- Cuidado de la calidad del aire

Líneas de Acción.-

1. Validar el impacto de las partículas suspendidas de polvos.

2. Promover estudios que verifique la calidad del aire, y establecer acciones para disminuir la contaminación.

3. Realizar la gestión de programas interinstitucionales para la certificación ambiental de empresas.

4. Establecer convenio con la con la Secretaría de Medio Ambiente de Coahuila para llevar a cabo verificación vehicular.

Estrategia 4.- Aprovechamiento racionalmente la energía eléctrica y uso de energías alternativas.

Líneas de Acción.-

1. Monitorear el consumo de energía en los hoteles, y fomentar acciones orientadas a la disminución de su consumo.

2. Establecer parámetros de gasto de energías para hoteles torreón y zona de influencia.

3. Monitorear el consumo de energía Residencial e industrial y fomentar acciones orientadas a la disminución del consumo.

4. Promover programas para el uso de energías alternativas.

5. Favorecer el uso de alumbrado público con lámparas ahorradoras.

6. Promover acciones en el municipio para la cosecha de energía eléctrica por diferentes tecnologías.

Objetivo 3.- Entorno Socioeconómico.

Estrategia 1.- Medir el impacto de los beneficios económicos del turismo en la localidad y área de influencia.

Líneas de Acción.-

1. Gestión de programas ante los tres niveles de gobierno para disminuir la tasa del desempleo, e impulsar la apertura de empresas familiares y microempresas.

2. Apoyar la organización de empresas familiares y grupos sociales para la comercialización en volumen.

3. Impulsar la creación de agencias de touroperación y guías turísticos.

4. Realizar la gestión y apoyar la realización de muestras gastronómicas, artesanales y expoventas de artículos para hoteles, servicios de alimentos y otros rubros turísticos.

5. Impulsar el crecimiento de la producción, el empleo, la productividad y la competitividad de las industrias a través de los programas Estatales y Federales.

6. Establecer coordinación con dependencias Federales y estatales para la aplicación de programas a proyectos productivos en zonas rurales y actividades complementarias en las zonas rurales y marginadas.

7. Implementar sistema de estadísticas continuas para el monitoreo del comportamiento del empleo en la Ciudad de Torreón, en especial el turístico.

8. Impulsar capacitación en el trabajo en los rubros económicos de mayor demanda en el sector.

9. Impulsar la capacitación y comercialización en volumen de la artesanía y gastronomía típica de Torreón y área de influencia.

Estrategia 2.- Impacto social positivo del turismo, control del ambulantaje y mejoramiento de la percepción de seguridad en el destino.

Líneas de Acción.-

1. Fortalecer las opciones de empleo para evitar la emigración de la población e incrementar los niveles de bienestar**.**

2. Estructurara acciones y programas para formalizar el empleo de la población dedicada al ambulantaje.

3. Mejorar las condiciones físicas, higiénicas e imagen urbana de los mercados, en especial en las áreas de venta de alimentos, frutas y verduras.

4. En coordinación con escuelas, universidades, Gobierno Estatal y organizaciones no gubernamentales, establecer programas para eliminar el graffiti.

5. Establecer Reglamento Municipal para la sanción de personas que grafiteen las localidades del Municipio.

6. Planear el crecimiento del destino desde las perspectivas urbanística,

poblacional, turística y de transporte y vialidad.

7. Evitar el crecimiento de asentamientos irregulares y cinturones de pobreza.

8. Diseñar programas de capacitación para los elementos policíacos que tengan como objetivo mejorar la atención a los turistas.

9. Realizar campañas de sensibilización e integración a la población para la recepción, información y trato amable a turistas y visitantes.

Objetivo 4.- Desarrollar un turismo sustentable.

Estrategia 1.- Impulsar la satisfacción del Turista, derrama económica y patrón de comportamiento del viaje.

Líneas de Acción.-

1. Determinar el perfil y el grado de satisfacción del turista utilizando la metodología del Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) en temporadas altas y bajas recopiladas para que pueda ser comparativa.

2. Identificar las necesidades no cubiertas en los turistas y trabajar en la creación de productos y servicios enfocados a los segmento de mercado que visitan el Municipio que incrementen el gasto promedio.

3. Continuar estructurando nuevas ofertas turísticas diversificadas hacía el interior del municipio que se encuentren basadas fundamentalmente en los atributos históricos, culturales y naturales propias del destino.

4. Llevar a cabo capacitación de guías turísticos especializados en los diferentes atributos que tiene el Municipio.

5. Trabajar en coordinación con todos los prestadores de servicios turísticos del destino, con la finalidad de crear productos, rutas y circuitos turísticos que permitan sumar la potencialidad de los atractivos para ofertarlos como alternativa a los viajeros de negocios.

6. Promover la apertura de operadores de circuitos turísticos, o la inclusión de los atractivos de Torreón en operadores estatales y/o nacionales para incrementar la oferta de servicios turísticos.

7. Gestionar programa para fortalecer e incrementar los servicios de los hoteles, de alimentación y bebidas.

8. En coordinación con empresas privadas y dependencias públicas, establecer calendario anual de eventos culturales y deportivos, festividades, ferias, congresos, reuniones, convenciones, entre otros, para conjuntar esfuerzos en su promoción y oferta de producto turístico y propiciar la afluencia de visitantes con una mayor estancia.

Estrategia 2.- Incrementar la oferta turística a través de acciones de mejora continua para los servicios y atractivos turísticos, y creación de nuevos.

Líneas de Acción.-

1. Fomentar la ocupación y la certificación de los servicios turísticos, así como mantener los atractivos y monitorear la calidad del agua para uso recreativo.

2. Continuar fomentando los programas de certificación del distintivo M, H, Punto Limpio y promover las certificaciones ambientales para los servicios turísticos

3. Elaborar un inventario de atractivos turísticos con sustento en una metodología oficial con la finalidad de medir las potencialidades y condiciones actuales.

4. Eficientar y ampliar la cobertura del Sistema Datatur para conocer el comportamiento de ocupación hotelera a fin de contar con un proceso metodológico de información estadística que permita orientar el desarrollo turístico municipal.

5. Implementar sistema estadístico para registrar la visita de excursionistas y turismo local a los atractivos, festividades, ferias y eventos de la localidad.

6. Impulsar el diseño de productos turísticos del interés del segmento de negocios.

7. Diseñar paquetes para la atracción de segmentos de mercado en temporadas bajas.

8. Establecer acuerdos con las empresas turísticas para la reducción a las tarifas y costos en temporadas bajas.

9. Gestionar y apoyar acciones para el mantenimiento y conservación de atractivos turísticos y obras complementarias que los pongan en valor y permitan su aprovechamiento en productos.

Objetivo 5.- Planear un desarrollo urbano municipal sustentable.

Estrategia 1.- Desarrollar una planeación urbana y ambiental sustentable.

Líneas de Acción.-

1. Realizar diagnóstico de aforo vehicular, para establecer acciones preventivas y correctivas para el tránsito del urbano.

2. Generar pronósticos para la regulación de flujos vehiculares y cambios estructurales en las vialidades que soporten el ingreso del transporte que se está desarrollando en la nueva zona industrial y el uso de transporte alternativo.

3. Mantener actualizado el Programa Urbano vigente y regular los desplazamientos poblacionales con el fin de cubrir la futura demanda de servicios.

4. Elaborar Programa de Ordenamiento Ecológico Municipal, para el análisis de la situación actual, orientada a planificar y regular la ubicación de las nuevas actividades productivas y los recientes asentamientos humanos con el fin de minimizar los conflictos ambientales.

Estrategia 2.- Planear el desarrollo urbano integral de las manchas urbanas de las localidades del Municipio.

Líneas de Acción.-

1. Mantener la cobertura de servicios básicos de las poblaciones municipales.

2. Dotar de servicios a las zonas de crecimiento urbano y administrar de manera eficiente los recursos básicos que se proporcionan, incluyendo la disponibilidad de agua y drenaje sanitario.

3. De acuerdo al Plan director Municipal, utilizar reservas territoriales para la construcción de vivienda, monitorear y evitar asentamientos irregulares de la población.

4. Dar continuidad a los programas de pavimentación en las nuevas zonas poblacionales y rurales y realizar de forma permanente el recarpeteado de calles.

5. Coordinar programas de construcción de vivienda de acuerdo con los programas Estatales y Federales.

6. Asegura la utilización de las áreas verdes para parques, jardines y zonas de descanso, esparcimiento y deportivo.

7. Mantener e instrumentar programas de rehabilitación y mantenimiento a la Alameda, parques, jardines y espacios públicos del Municipio.

4.- Formación y certificación

Objetivo 1: Fortalecer la modernización de las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYMES) turísticas.

Estrategia 1.- Implantar programas para la mejora y certificación de las MPYMES turísticas.

Líneas de Acción.-

1. Identificar necesidades de desarrollo organizacional y modernización de procesos (ventas, contables, financieros, presupuestales e informáticos, entre otros).

2. Proporcionar asesoría y acceso a financiamiento para la modernización administrativa de las empresas turísticas.

3. Formar grupos de trabajo para el fortalecimiento de MPYMES turísticas.

4. Fomentar la inversión turística en proyectos de rescate de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, comercios y actividades.

5. Fomentar el uso del programa “H”.

6. Fomentar la certificación de las empresas en el programa “M”.

7. Identificar otras áreas que requieran sistemas de certificación.

8. Identificar a los actores que puedan operar los sistemas de certificación a nivel local.

9. Continuar con la promoción de la participación de empresas del sector en los programas de Cultura Turística y Punto Limpio.

Objetivo 2.- Establecer programas de capacitación técnica y empresarial para los prestadores de servicios turísticos.

Estrategia 1.- Fomentar programas para mantener la competitividad de las personas y empresas relacionadas con el sector turismo.

Líneas de Acción.-

1. Identificar las necesidades de capacitación de los prestadores de servicios turísticos del Estado.

2. Coordinar esfuerzos para capitalizar los programas de capacitación técnica y empresarial relacionadas con las prácticas turísticas que brindan diversas instituciones Federales y Estatales.

3. Establecer alianzas estratégicas con instituciones educativas para la implementación de los programas.

4. Vincular a los empresarios turísticos con las instituciones que brindan capacitación.

5. Desarrollar programas especiales de acuerdo a las necesidades no cubiertas por dichas instituciones.

6. Desarrollar un programa de impulso a la cultura empresarial a través de talleres, seminarios y redes de apoyo entre empresas para profundizar en la creación y fortalecimiento de una filosofía empresarial ética y competitiva.

Objetivo 3.- Fomentar el uso de tecnología alternativa entre los empresarios locales.

Estrategia 1.- Promover la inversión en proyectos de alta tecnología e industria limpia con programas e incentivos reconociendo esto como parte de su compromiso con los esquemas de desarrollo sustentable.

Líneas de acción.-

1. Identificar y dar a conocer las tecnologías apropiadas para los diferentes giros empresariales.

2. Respaldar la ejecución de estudios de impacto preliminares, así como la realización de proyectos demostrativos con orientación al sector turístico.

3. Identificar productos y proveedores adecuados.

4. Desarrollar presentaciones e invitar a los proveedores potenciales a eventos del sector para vincularlos con los empresarios turísticos.

5. Establecer incentivos y programas de cooperación para la instalación de tecnologías alternativas.

6. Involucrar a las universidades y centros de investigación del Estado y la región en la búsqueda de soluciones innovadoras para la incorporación de nuevas tecnologías en procesos tradicionales.

Objetivo 4.- Modernizar e impulsar la promoción de las MPYMES turísticas.

Estrategia 1.- Impulsar la promoción de la MPYMES turísticas para incrementar el número y categoría de los turistas, de tal manera que se contribuya a elevar los ingresos y la rentabilidad.

Líneas de Acción.-

1. Impulsar la promoción de las MPYMES turísticas que se hayan incorporado a algún esquema de modernización, por destino, con el fin de difundir sus servicios en medios impresos, audiovisuales y electrónicos.

2. Incentivar la creación de mercados de artesanías y productos gastronómicos locales y regionales, como una forma de impulsar el autoempleo en las regiones menos desarrolladas.

3. Brindar capacitación y cursos de inglés a todos los niveles a directivos, mandos intermedios y personal de base relacionados con el turismo.

Objetivo 5.- Facilitar el acceso de las MPYMES a esquemas de financiamiento.

Estrategia 1.- Identificar instrumentos de financiamiento dirigidos hacia la capacitación y asesoría, los cuales estén fuertemente desarrollados por el sector federal.

Líneas de Acción.-

1. Promover el financiamiento a programas de calidad para la modernización de las MPYMES turísticas con organismos del sector privado.

2. Proporcionar información y asistencia a las MPYMES turísticas sobre instrumentos y esquemas de financiamiento disponibles que faciliten su modernización.

5.- Accesibilidad e Infraestructura.

Objetivo 1.- Consolidarse como el municipio del estado con mayor oferta en traslados aéreos, mejorar el sistema de transportación pública terrestre y difundir apropiadamente entre la población local, nacional e internacional, la calidad de nuestra infraestructura terrestre y aérea.

Estrategia 1.- Ofertar mayor cantidad de vuelos a destinos populares buscados desde la ciudad de Torreón y que deben ser alcanzados mediante escalas en otros aeropuertos nacionales o internacionales.

Líneas de acción.-

1. Elaborar un estudio que identifique los destinos más frecuentes alcanzados mediante una escala en algún otro aeropuerto pero con origen de salida en el aeropuerto de Torreón.

2. Fomentar entre las aerolíneas mediante incentivos fiscales y diversos, la gestión de nuevos vuelos directos de ida y retorno al destino o destinos más populares que arroje el estudio anterior con la finalidad de aliviar la carga de viaje de los pasajeros que elijan utilizar el aeropuerto de Torreón como su proveedor de servicios de transporte aeronáutico.

Estrategia 2.- Incluir en los programas de difusión de información turística, información adicional sobre la infraestructura terrestre y aérea de la región que facilita el acceso a la misma.

Líneas de Acción.-

1. Hacer un análisis comparativo sobre las ventajas en infraestructura de acceso que tiene la región en comparación con otras zonas turísticas del país.

2. Diseñar dentro del marco de la imagen acordada para la publicidad turística, breves informativos que incluyan información sobre las ventajas de infraestructura de acceso que tiene la región.

3. Promover los breves informativos dentro de los programas establecidos.

Estrategia 3.- Promover mejores servicios de transporte público en la integración, conectividad y movilidad eficiente en el traslado de personas, procurando que el traslado de personas sea seguro, con calidad y calidez, satisfaciendo la movilidad ciudadana.

Líneas de acción.-

1. Realizar un estudio técnico sobre el servicio y movilidad del transporte público.

2. En base a los resultados del estudio, eficientar el servicio reduciendo los tiempos de traslado con una reingeniería que promueva la creación, sustitución, eliminación y fusión de rutas de transporte público para fomentar la fluidez de movilidad ciudadana.

3. Evaluar mediante tiempos de traslado de unidades de transporte público.

4. Evaluar mediante encuestas ciudadanas.

Objetivo 2.- Contar con información suficiente y con la apropiada difusión de la misma para provocar la curiosidad de turistas y población local de modo que se interesen en conocer los destinos y atractivos turísticos que la ciudad tiene para ofrecer.

Estrategia 1.- Apoyar los programas de difusión de información turística con los que se cuenta actualmente y generar nuevos programas que incentiven la curiosidad de la población para visitar los puntos turísticos de la localidad.

Líneas de acción.-

1. Mantener los programas de difusión de información turística.

2. Difundir en medios publicitarios locales, regionales y nacionales los programas que ofrecen información relevante sobre los puntos turísticos.

3. Asegurar la capacitación del capital humano necesario para la operación eficiente de los programas activos.

4. Hacer un estudio sobre los principales gustos en la población turística nacional en la actualidad, para poder explotar los nichos en los cuales se tenga posibilidad de participación.

5. Elaborar programas orientados a mercados específicos que exploten los atractivos turísticos principales en función de los gustos de cada nicho de mercado.

Estrategia 2.- Crear una imagen de contenidos de información turística que sea atractiva para la población en general.

Líneas de acción.-

1. Hacer una investigación de mercado acerca del material que resulta atractivo en los temas visual y de lenguaje en la población nacional en la actualidad.

2. Desarrollar en base a la información obtenida en la investigación, una imagen estandarizada para la difusión de la información turística que resulte atractiva para el mercado turístico nacional.

3. Crear una campaña de difusión en todos los destinos turísticos de la nueva imagen de contenido turístico para todo el material publicitario de la oferta turística de la región.

Objetivo 3.- Mejorar y difundir la oferta de hospedaje que la ciudad de Torreón tiene para los turistas.

Estrategia1.- Incluir dentro de los programas de difusión de información turística existentes, un apartado que se refiera a la oferta hotelera local, haciendo notar las facilidades que ofrece en comparación con otras zonas turísticas del norte del país.

Líneas de acción.-

1. Elaborar un estudio comparativo de la oferta hotelera de Torreón en comparación con zonas turísticas similares del norte del país.

2. Difundir la capacidad de hospedaje con que cuenta la ciudad en comparación con zonas turísticas similares en programas de difusión de información turística existentes.

3. Hacer notar las facilidades en las tarifas hoteleras comparadas con zonas turísticas similares.

Estrategia 2.- Incentivar la inversión en hoteles de cinco estrellas que representen un atractivo para los turistas.

Líneas de acción.-

1. Ofrecer incentivos fiscales y diversos a inversores en la industria hotelera en la localidad siempre que inviertan en hoteles de cinco estrellas.

2. Ofrecer incentivos fiscales y diversos a los hoteleros locales que cuenten con hoteles de tres y cuatro estrellas y decidan invertir en sus hoteles para mejorar la categoría de los mismos.

Objetivo 4.- Mejorar la imagen urbana para promoción del turismo.

Estrategia 1.- Atender a las necesidades de imagen y funcionalidad de sitios públicos de la ciudad, turísticos y no turísticos, y promover la inversión en la infraestructura de apoyo al turismo

Líneas de acción.-

1. Continuar labores de mantenimiento preventivo y rehabilitación de espacios públicos para mejorar la imagen de la ciudad.

2. Mantener y mejorar el equipamiento en los destinos turísticos con fines de mejorar su imagen y hacerlos más atractivos a la población general.

3. Proveer facilidades para la construcción de los proyectos detonantes próximos a realizarse.

4. Asegurar el financiamiento para el correcto mantenimiento de los proyectos de inversión que se realicen.

Estrategia 2.- Modernizar, actualizar y ampliar la cobertura de todos los servicios municipales

Líneas de acción.-

1. Mejorar la cobertura y mantenimiento del alumbrado público.

2. Mantener la funcionalidad de las vialidades y calles de las colonias.

3. Asegurar el financiamiento para el mantenimiento de la infraestructura vial y de su limpieza.

4. Implementar nuevas tecnologías sustentables en el sistema de alumbrado público.

5. Implementar un sistema participativo y vanguardista de atención inmediata en caso de siniestros o de requerimientos de atención en vialidades.

6. Establecer rutinas de mantenimiento y limpieza de la estructura vial.

7. Implementar sistemas de calidad de los servicios de mantenimiento con indicadores de resultados que sean mesurables y fáciles de monitorear.

8. Minimizar la generación de residuos mediante campañas de conciencia.

9. Integrar nuevos centros de población al sistema de recolección.

10. Mejoramiento y optimización del Relleno Sanitario.

11. Supervisión de la disposición de residuos por parte de empresas industriales.

6.- Seguridad Patrimonial y Física

Objetivo 1.- Mejorar la percepción pública de la seguridad en la población turística nacional y foránea.

Estrategia 1.- Fomentar el sano esparcimiento y el dinamismo económico brindando seguridad y confianza a la ciudadanía, con la finalidad de que éste sentimiento permee en la conciencia nacional e internacional y pueda ser incentivo para que la población general se sienta con la confianza de visitar los sitios turísticos de la región sintiéndose seguros.

Líneas de acción.-

1. Garantizar reservas de suelo para dotar a todos los ciudadanos de espacios públicos y equipamiento social de calidad; así como mejorar las condiciones de la infraestructura y los servicios públicos.

2. Fomentar las actividades deportivas y culturales para promover la integración y reconstrucción del tejido social.

3. Promover la movilidad no motorizada con la incorporación de ciclopistas, vitapistas y andadores.

Estrategia 2.- Garantizar las medidas y acciones destinadas a la prevención, auxilio y recuperación de la población en protección civil.

Líneas de acción.-

1. Formar brigadas ciudadanas de protección civil para reducir posibles riesgos y accidentes.

2. Promover mediante campañas informativas una cultura de protección civil en la ciudadanía en caso de desastres naturales, reducción y prevención de riesgos y accidentes.

Objetivo 2.- Articular una política de seguridad ciudadana integral con prioridad en las atribuciones municipales en la materia como son prevención, vigilancia y control, que abarque la prevención situacional del delito.

Estrategia 1.- Eficientar los servicios públicos.

Líneas de acción.-

1. Brindar a la ciudadanía una atención policial de proximidad por medio de la dignificación de la carrera policial a través de capacitación, estímulos y mejoramiento del servicio policial de carrera.

2. Atender a la ciudadanía de forma expedita a través del mejoramiento tecnológico y la modernización policial.

3. Cumplir de forma eficaz las atribuciones municipales en materia de administración de justicia.

4. Acciones de rehabilitación de luminarias, remplazo de lámparas en 196 colonias y ejidos.

Estrategia 2.- Fortalecer la cohesión social mediante la cultura y el deporte.

Líneas de acción.-

1. Ejecutar una política cultural encaminada a la prevención social del delito y la armonización comunitaria a través de las expresiones artísticas.

2. Fortalecer la cohesión social a través de la promoción del deporte y la convivencia ciudadana en espacios que dignifiquen a la población.

3. Promover el establecimiento de un Sistema de Parques Lineales. Equipados para la recreación, deporte, entretenimiento y de movilidad no motorizada.

4. Aprovechar los espacios y zonas inundables del Río Nazas, para promover los equipamientos deportivos y recreativos, mejorando la imagen urbana y fortaleciendo la identidad en la ciudad y la Zona Metropolitana.

Objetivo 3.- Mejorar la cobertura de servicios salud contribuyendo a elevar la esperanza y calidad de vida de la población.

Estrategia 1.- Dotar de infraestructura física para proporcionar mejores servicios de salud preventiva elevando la calidad de vida de las personas.

Líneas de acción.-

1. Construir la infraestructura hospitalaria moderna, funcional y eficiente con la finalidad de mejorar la cobertura de servicios de salud elevando la calidad de vida de las personas.

2. Promover la inversión en hospitales para incrementar la capacidad de servicios de salud a la población local y turistas.

Estrategia 2.- Eficientar los servicios de salud pública existentes.

Líneas de acción.-

1. Atender problemas de incidencia de enfermedades prevenibles.

2. Considerar como prioritaria la atención a los grupos vulnerables.

3. Edificar y promover una cultura de corresponsabilidad en el cuidado de la salud mediante campañas informativas por parte del personal de atención médica.

4. Capacitar al personal que labora en áreas de salud pública en temas de orientación a la calidad del servicio.

7. Promoción y Comercialización

Objetivo 1.- Fortalecer la promoción y comercialización turística.

Estrategia 1.- Promoción turística.

Líneas de Acción.-

1 Impulsar la elaboración y ejecución de programas de mercadotecnia, promoción y comercialización turística de Torreón y su zona de influencia.

2 Realizar campañas publicitarias para promover los atractivos tangibles e intangibles existentes promoviendo la identidad social y cultural del Destino.

3 Constituir bancos de imágenes organizados por tema para comunicar mensajes homogéneos orientados a posicionar a Torreón, mediante diversos instrumentos de comunicación.

4 Establecer Sistema de Venta y Comunicación para atender a los tour operadores, agentes de viajes y al consumidor.

5 Asistir a ferias nacionales e internacionales para la promoción y comercialización del destino a tour operadores y agencias mayoristas.

6 Establecer acuerdos con agencias de viajes y operadores receptivos para la comercialización del destino.

7 Promover viajes de familiarización para agentes seleccionados y visitas de periodistas especializados.

8 Posicionar Torreón en los medios nacionales e internacionales, como destino turístico de negocios, reuniones y convenciones, turismo deportivo, cultural, ecoturismo y de aventura.

9 Poner a la vanguardia y en el mapa turístico nacional el nombre de Torreón a través de eventos relacionados con la cultura, los deportes, las reuniones y convenciones, entre otros.

10 Promover el ecoturismo, el turismo rural, turismo de naturaleza, turismo cultural y de salud, entre otros.

Estrategia 2.- Promover a Torreón con sus productos, rutas, circuitos y destinos en los mercados nacionales e internacionales.

Líneas de Acción.-

1 Difundir las opciones que ofrece Torreón para: turismo de naturaleza; rural, ecoturismo, de ventura, deportivo, religioso, gastronómico, entre otros a través de campañas publicitarias en medios especializados y seleccionados.

2 Promocionar los circuitos y productos turísticos histórico-culturales que se ofertan.

3 Promocionar la riqueza y diversidad de sitios, productos y circuitos de naturaleza.

4 Fomentar la organización de viajes de familiarización para la inversión proyección turística, tanto de enfoque general como especializado.

5 Establecer un plan integral de medios para la proyección nacional e internacional de las festividades y eventos deportivos y culturales que se realizan en el destino como: golf, maratón, fútbol, béisbol, entre otros.

6 Posicionar a Torreón en el turismo histórico-cultural de México, vinculando los diversos sitios históricos de la Revolución Mexicana, sus

museos, el Cristo de las Noas y gastronomía, entre otras.

Estrategia 3.- Impulsar esquemas de coordinación con los municipios y otras instancias públicas y privadas que multipliquen los esfuerzos.

Líneas de Acción.-

1 Desarrollar programa de promoción mixta entre el Estado, el Municipio y el sector privado.

2 Establecer programas operativos conjuntos entre la Oficina de Convenciones y Visitantes de Torreón, el Municipio y el Estado, para realizar acciones de promoción y comercialización del destino.

3 Apoyar las acciones de mercadotecnia del destino, a través de programas cooperativos de promoción con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y socios comerciales.

4 Diseñar esquemas e instrumentos de colaboración con organizaciones no gubernamentales, asociaciones y grupos privados.

5 Articular los esfuerzos y responsabilidades de los diferentes órdenes de gobierno y de la sociedad civil en materia de promoción y difusión de la cultura, con programas específicos de colaboración e intercambio.

Objetivo 2.- Establecer un plan de medios que posicione al Torreón como el Mejor Destino Turístico del Norte de México".

Estrategia 1.- Posicionar a Torreón como destino turístico en el contexto nacional e internacional mediante un Plan de Medios.

Líneas de Acción.-

1 Diseñar eslogan para la campaña (marca), a fin de generar estrategias que interactúen con las emociones y motive a la visita.

2 Establecer un plan de medios con la marca de Torreón, que incorpore a los diferentes actores de la oferta turística, para que estén presentes en todo el ciclo del viaje, mediante la mejor relación costo-publicidad-impacto-recomendación.

3 Impulsar campaña de promoción del destino a través de: Prensa, Revistas, Radio, televisión, Internet, Exteriores, Folletos, relaciones públicas, socios comerciales y agencias operadores, aerolíneas, entre otros.

4 Las acciones deben garantizar que la marca "Coahuila" incorpore a los

diferentes actores de la oferta turística, y que éstos estén presentes en todo el ciclo del viaje, mediante la mejor relación costo-publicidad-impacto-recomendación.

5 Considera como la inteligencia de mercado como base de la promoción orientada a motivar e inspirar a tomar la decisión de visitar, Coahuila. Contribuya a la planificación del viaje. Informe sobre las opciones de reserva y productos y operadores. Oriente a los turistas durante su viaje de manera que con este ciclo se sientan satisfechos con el deseo de regresar y recomendar el destino Torreón.

Estrategia 2.- Utilizar las tecnologías para la promoción turística efectiva de amplia difusión.

Líneas de Acción.-

1 Usar los canales de distribución disponibles en internet para la comercialización del destino de Torreón.

2 Establecer acciones de Marketing Digital para crear, ejecutar y dar seguimiento a las estrategias, aprovechando el entorno comercial y de marketing para atraer tráfico e información.

3 Crear alianzas estratégicas con diferentes socios comerciales: aerolíneas, hoteleros, restauranteros, DMC´s, Meeting Planners, guías turísticos, transportistas, etc., y aprovechar sus canales para comunicar el mismo mensaje.

4 Utilizar las redes sociales para promocionar entre el auditorio cibernético el destino Torreón.

5 Crear campañas de promoción y difusión del destino en redes de comunicación digital.

6 Establecer campañas anuales con los proveedores de servicios turísticos para desarrollar un plan de promoción digital que mantenga la atención en los diferentes segmentos del destino.

7 Crear concursos en redes sociales y otras herramientas digitales mediante juegos y/o trivias relacionadas con Torreón para mantener fidelidad de marca y atención sobre el destino.

8 Realizar jornadas de trabajo colaborativo entre “community managers” de los prestadores de servicios turísticos y dependencias públicas.

9 Creación de una campaña de “ads” en medios digitales para posicionar la marca Torreón, en colaboración con empresas privadas para incrementar el alcance.

10 Utilizar las herramientas de marketing digital para proyectar al destino: Página Web 2.0, App móvil, Widget, Redes Sociales, Códigos QR, Videojuegos, Tour Virtual, Realidad Aumentada.

8.- Gestión del Destino

Objetivo 1.- Impulsar la competitividad del destino turístico.

Estrategia 1.1.- Promover la estabilidad socioeconómica del entorno.

Líneas de Acción.-

1. Generar una comisión intersecretarial que garantice iniciativas encaminadas al desarrollo económico del destino.

2. Fomentar la utilización de instrumentos de planificación desarrollados en forma participativa y financiada a través de la coordinación de aportes del sector público y privado.

3. Formar una estructura de gestión profesionalizada y orientada al cumplimiento de objetivos estratégicos, financiada con aportes mixtos, capaz de optimizar recursos.

Estrategia 1.2.- Promover el crecimiento de la competitividad del destino.

Líneas de Acción.-

1. Identificar áreas de oportunidad para el desarrollo de productos y rutas turísticas.

2. Evaluar y monitorear el impacto de los atractivos turísticos para satisfacer la expectativa del visitante.

3. Concretar compromisos con diferentes organismos e instituciones nacionales y regionales, específicamente los financieros, para implementar los proyectos estratégicos.

4. Aplicación, seguimiento y monitoreo de la agenda de competitividad.

Objetivo 2.- Promover el desarrollo sustentable del destino.

Estrategia 2.1.- Monitoreo y Evaluación de la Sustentabilidad Turística

Líneas de Acción.-

1. Conformación de un Comité de Turismo Sustentable.

2. Evaluación de indicadores en temas de Medio ambiente, Entorno socioeconómico, Turismo y Desarrollo urbano (Sistema de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo).

3. Impulsar la agenda intersectorial.

Estrategia 2.2.- Contrarrestar el Impacto Negativo al Medio Ambiente.

Líneas de Acción.-

1. Promover los incentivos fiscales relacionados a la disminución en el consumo de recursos (subsidios, reducción de tarifas, etc.).

2. Realizar campañas de capacitación técnica para la utilización de productos reciclados en proyectos productivos.

3. Aplicar programas de empleo temporal para la limpieza de espacios contaminados, contribuyendo al embellecimiento del destino.

9.- TICs (Tecnologías de la Información y Comunicación) e Información al turista

Objetivo 1.- Apoyar al sector turístico y empresarial de la ciudad de Torreón, mediante el establecimiento de un Portal de acceso mundial de conectividad de datos, en alta velocidad permitiendo el intercambio de información estratégica.

Estrategia 1.- Promoción a nivel académico buscando integrar los talentos en TICs.

Líneas de Acción.-

1 Aprovechar las escuelas y universidades al desarrollo de software para atraer intercambios académicos.

2 Desarrollar Concursos Nacionales de Programación, en la ciudad de Torreón aprovechando el número de escuelas, facultades y universidades que tienen alumnos de esta área.

3 Concursos de innovación y desarrollo invitando a universidades de la región a resolver problemas del entorno social y empresarial.

4 Desarrollar una plataforma unificada de servicios, promociones para las empresas del ramo turístico.

5 Desarrollar un programa de beneficios y descuentos

6 Base de datos unificada para compartir la información de clientes

7 A través del uso de la técnica de minería de datos, ofrecer productos y servicios especializados a los turistas, acordes a sus gustos, preferencias e historial de uso y acceso de los mismos.

8 Crear aplicaciones móviles

Estrategia 2.- Impulsar el desarrollo turístico regional y municipal mediante el uso innovador de las TICs para la promoción del destino turístico.

Líneas de acción.-

1 Desarrollar aplicaciones web para acceso a consultas de los servicios turísticos que ofrece la ciudad de Torreón.

2 A través del uso eficiente de las redes sociales, incrementar el número de visitantes en los sitios de los operadores turísticos, sitios de interés y destinos turísticos de Torreón, para difundir a éstos así como sus promociones.

3 Desarrollar aplicaciones móviles de fácil acceso para interactuar con otros visitantes en la ciudad, en tiempo real.

4 Desarrollar recorridos virtuales de los sitios y atractivos turísticos y difundirlos a través de las herramientas de TIC´s.

Estrategia 3.- Desarrollar un Portal único del Destino.

Líneas de Acción.-

1. Mantener actualizada la información en el portal de Internet del destino.

2. Dotar de acceso a Internet en sitios públicos.

3. Desarrollar Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés.

MATRIZ DE COMPROMISOS

3. MATRIZ DE COMPROMISOS

Para llevar a cabo los proyectos estratégicos, las estrategias y las líneas de acción que coadyuvarán a alcanzar los objetivos planteados en la Agenda de Competitividad, se involucrarán a los tres órdenes de Gobierno, la iniciativa privada y a la sociedad en su conjunto, para ello se construyó la Matriz de Compromisos en donde se agrupan en los siguientes rubros:

- Proyectos Prioritarios De Apoyo Del Destino Turístico Torreón
- Planeación, Regulación e Instrumentos Normativos
- Adquisición de Reservas Territoriales
- Infraestructura Regional de Comunicaciones y Transporte
- Vialidad local
- Transporte público
- Imagen Urbana
- Infraestructura urbana
- Alcantarillado y saneamiento
- Medio ambiente
- Equipamiento Urbano y Turístico

PROYECTOS PRIORITARIOS DE APOYO DEL DESTINO TURISTICO TORREÓN			
	Acciones	**Responsables**	**Avances**
1.- Centro de Convenciones	El proyecto del Centro de Convenciones se fundamenta en la existencia de un segmento de negocios amplio, el cual se puede aprovechar para el desarrollo de un proyecto de alta magnitud como el Parque Tangamanga. Las actividades a realizar en el sitio son, entre otras: convenciones, eventos académicos, exposiciones, muestras, cursos, eventos culturales y actividades recreativas. Se pretende desarrollar espacios pequeños, privados y otros que sean aptos para eventos masivos.	Gobierno Federal / Secretaría de Turismo Federal; Gobierno del Estado/Secretaría de Turismo, Secretaría de Fomento Económico, Secretaría de Infraestructura; Gobierno Municipal e Iniciativa Privada.	En el 2014 se contrató la elaboración del proyecto ejecutivo dentro del programa PRODERETUS (Programa para el Desarrollo Regional Turístico Sustentable).
2.- Plaza Mayor de Torreón, paseo turístico	Este proyecto consiste en contribuir al mejoramiento urbano del Centro Histórico, permitiendo una mayor accesibilidad, a través del rediseño de los canales de suministro de servicios básicos, y contribuyendo a un incremento en el flujo del turismo urbano. Además permitirá potencializando la calidad de las actividades culturales, recreativas, de comercio y de otros temas que se realicen en la zona.	Gobierno Federal: SEDESOL; Gobierno del Estado: Secretaría de Infraestructura; y Gobierno Municipal.	Este proyecto forma parte del Programa de Obra 2014, presentado ante la SECTUR Federal. Se espera la autorización del mismo.
3.- Proyecto del Centro Turístico Religioso Nueva ¨Jerusalén¨ (Cristo de las Noas)	El Centro Turístico Religioso Nueva Jerusalén de Torreón, es un proyecto mediante el cual se propone aprovechar el complejo religioso existente en el Cerro de las Noas. La propuesta de ampliación y mejoramiento del actual complejo religioso para convertirlo en un atractivo destacado a nivel regional y nacional, considera la construcción de diversas instalaciones y realización de acciones como la construcción de 22 capillas ubicadas a lo largo del camino hacia el centro turístico.	Gobierno Federal / Secretaría de Turismo Federal, CONACULTA – Consejo Nacional para la Cultura y las Artes; Gobierno del Estado/Secretaría de Turismo, Secretaría de Infraestructura, Secretaría de Cultura, Gobierno Municipal e Iniciativa Privada, ONG´s.(Organismos no Gubernamentales)	Existe infraestructura, ya que el Patronato del Cristo de las Noas ha brindado las condiciones para el desarrollo de la misma. Además se cuenta con un pre estudio de mercado que justifica la obra proyectada.

4.- Proyecto construcción de Teleférico en el cerro del Cristo de las Noas	Por sus dimensiones e importancia como atractivo se contempla la construcción de un Teleférico con dos estaciones de servicio, una en el Cerro de las Noas y la otra en la Antigua Estación del Ferrocarril. Dicho proyecto permitirá a los visitantes tener una vista del entorno de la ciudad de Torreón, sus límites con los municipios vecinos y los atractivos más importantes que se tienen en la ciudad. Dentro de las acciones más importantes se contemplan como se mencionó las dos estaciones para dar el servicio, el cableado de 600 metros aproximadamente y las cabinas para el traslado de los visitantes en el paseo turístico.	Gobierno Federal/ Secretaría de Turismo Federal, Secretaría de Comunicaciones y Transporte; Gobierno del Estado/Secretaría de Turismo, Secretaría de Infraestructura; Gobierno Municipal e Iniciativa Privada.	Sin Avance
5.- Centro Interactivo Lala - Peñoles – Modelo	El Centro Interactivo Lala - Peñoles - Modelo es un proyecto destinado a atraer a los segmentos de turismo recreativo y cultural principalmente, ampliando el número de visitantes que se reciben. El proyecto se caracteriza por estar dedicado a las principales industrias de la ciudad representadas por LALA PEÑOLES y MODELO, involucrando directamente a dichas empresas en el proyecto. Su participación estaría determinada por el financiamiento que cada empresa destine a la construcción de un bosque urbano, salas de exhibiciones y juegos interactivos. Además se contará con tres salas en edificios independientes, una para cada empresa.	Gobierno Federal/ Secretaría de Turismo Federal; Gobierno del Estado/Secretaría de Turismo, Secretaría de Infraestructura; Gobierno Municipal e Iniciativa Privada representada por LALA PEÑOLES Y MODELO.	Proyecto Conceptual

6.-Centro de Integración Empresarial el ¨Realito¨ en Jimulco	La Reserva Ecológica Municipal Sierra y Cañón de Jimulco, es el atractivo natural más importante en la región, por tanto se debe promover su aprovechamiento de acuerdo a lo establecido en el Plan de Manejo de la Reserva. Dentro de las estrategias se contemplan dos zonas con un aprovechamiento diferenciado: a.- Una Zona de Núcleo b.- Zona de amortiguamiento. Específicamente el Centro se ubicaría en el Cañón del Realito, el cual es una zona para desarrollar turismo de aventura. El proyecto se apoya en la existencia de un segmento de negocios predominante en la zona. Como ejemplo de proyecto similar está el hotel Rodavento río y montaña en el estado de México.	Gobierno Federal/Secretaría de Turismo Federal, SAGARPA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación); Gobierno del Estado / Secretaría de Turismo, Secretaría de Desarrollo Rural, Secretaría de Medio Ambiente; Gobierno Municipal, Iniciativa Privada.	Proyecto Conceptual
7.- Rehabilitación del Bosque Venustiano Carranza	El Bosque Venustiano Carranza se ubica en la esquina que forman las avenidas Juárez y Cuauhtémoc y es considerado el principal pulmón de la ciudad, además es un espacio para la realización de actividades culturales, recreativas y deportivas. La problemática encontrada en el Bosque obedece a la carencia de un diseño integrado, señalización y organización que permita al visitante hacer un mejor uso de las instalaciones. Por lo anterior, es necesario considerar el rediseño de las instalaciones, mejoramiento de los espacios verdes, inclusión de un conjunto de plazas, colocación de mobiliario, diseño de una pista atlética y un estacionamiento.	Gobierno Federal / Secretaría de Turismo Federal; Gobierno del Estado/Secretaría de Turismo, Instituto Estatal del Deporte de Coahuila y Gobierno Municipal.	Sin avance

8.- Proyecto de Mejoramiento del ¨Manto de la Virgen¨	El Manto de la Virgen es una de las esculturas emblemáticas de la ciudad, localizada al oriente, sobre la carretera Saltillo - Torreón, en medio de una explanada que carece de un diseño adecuado. Por lo anterior se propone un proyecto que contemple el rediseño del espacio, considerando para ello la adecuación del acceso y la creación de las instalaciones necesarias para comodidad de los visitantes como son: acceso al estacionamiento, construcción de una plaza, sanitarios y dotación de mobiliario.	Gobierno Federal/ Secretaría de Turismo Federal, CONACULTA – Consejo Nacional para la Cultura y las Artes; Gobierno del Estado/Secretaría de Turismo, Secretaría de Infraestructura; Gobierno Municipal, Organismos no gubernamentales	Proyecto Conceptual
9.- Centro de Diseño Platero de alta calidad	La propuesta de construcción de un Centro de Diseño Platero de Alta Calidad, obedece al hecho de que es en la ciudad, por parte de la empresa PEÑOLES, donde se procesa la mayor cantidad de plata del país dentro de estas acciones se pretende como única acción la construcción de talleres de capacitación visitas guiadas y comercialización de los productos.	Gobierno Federal/ Secretaría de Turismo Federal, Secretaría de Economía; Gobierno del Estado/Secretaría de Turismo, Secretaría de Fomento Económico, Secretaría de Infraestructura; Gobierno Municipal, Iniciativa Privada.	Proyecto Conceptual
10.- Centro Recreativo Jimulco	Se propone el desarrollo de un proyecto eco turístico en la zona de reserva permitida el cual pueda atraer a este tipo de turismo así como al turismo interesado en actividades de cañonismo, aprovechando este tipo de formaciones que existen en la reserva. Entre las acciones que se realizarían están: desarrollo de zona de cabañas, comedor, senderos interpretativos, habilitación de áreas para cañonismo, senderismo, cabalgata y campismo.	Gobierno Federal / Secretaría de Turismo Federal, SAGARPA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación), Secretaría de Medio Ambiento y Recursos Naturales, CONANP – Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas; Gobierno del Estado/Secretaría de Turismo, Secretaría de Medio Ambiente, Secretaría de Desarrollo Rural; Gobierno Municipal, Iniciativa Privada.	Sin Avance
11.- Corredor Paseo Morelos	La creación del corredor peatonal favorecerá la reactivación económica de la zona y de las actividades culturales y sociales que en ella se realizan ya que puede favorecer a otros usos y servicios además de que la gente vuelva al centro. Acciones como la mejora del pavimento, mobiliario, colocación de fuentes y	Gobierno Federal / Secretaría de Turismo Federal, CONACULTA – Consejo Nacional para la Cultura y las Artes; Gobierno del Estado / Secretaría de Turismo, Secretaría de Cultura; Gobierno Municipal, Iniciativa Privada, Comisión Federal de Electricidad.	Proyecto Conceptual

	esculturas.		
12.- Parque Río Nazas	Crear un paseo recreativo a manera de parque lineal, el cual puede servir para recorridos peatonales, en bicicleta o para correr, se consideran: ciclo pistas, paseo peatonal, mobiliario, zonas para eventos recreativos y deportivos.	Gobierno Federal / Secretaría de Turismo Federal, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, CONAGUA-Comisión Nacional del Agua; Gobierno del Estado/Secretaría de Turismo, Secretaría de Medio Ambiente Secretaría de Infraestructura; Gobierno Municipal, Iniciativa Privada.	Proyecto Conceptual
13.- Rehabilitación de la Alameda Zaragoza	El proyecto propuesto, consiste en el mejoramiento integral de este espacio para dignificarlo, de tal manera que se convierta en una de las principales áreas recreativas y de paseo para los habitantes de Torreón, así como generar los elementos que permitan convertirlo en un sitio turístico atractivo. Acciones encaminadas al rediseño del mobiliario urbano y de los pavimentos, mejorar las áreas verdes y la iluminación.	Gobierno Federal / Secretaría de Turismo Federal; Gobierno del Estado/Secretaría de Turismo, Instituto Estatal del Deporte de Coahuila y Gobierno Municipal.	Sin avance.
14.- Tren Turístico Ruta de Villa	El tren Turístico Ruta de Villa (Saltillo - Torreón) es un proyecto que pretende ser complementario al Expreso del Desierto (Frontera – Cuatro Ciénegas). Este tipo de atractivos se realizan para resaltar los encantos naturales y culturales de las distintas localidades que integran la región. El proyecto considera las siguientes acciones a.- acondicionamiento de las estaciones del tren, b.- adecuación de los trenes ambientados de acuerdo a la época y c.- diseño del recorrido.	Gobierno Federal / Secretaría de Turismo Federal, Secretaría de Comunicaciones y Transporte, FERROMEX-Ferrocarril Mexicano; Gobierno del Estado/Secretaría de Turismo, Secretaría de Infraestructura y Gobierno Municipal.	Proyecto Conceptual
Planeación, Regulación e Instrumentos Normativos			
Elaboración del Reglamento de Imagen Urbana para el Centro Histórico de Torreón	En este proyecto se propone establecer estrategias y lineamientos que permitan mejorar la calidad de los espacios tradicionales del Centro Histórico de Torreón, potencializando su integración al entorno actual y conservando su importancia histórica.	Gobierno del Estado: Secretaría de Gestión Urbana, Agua y Ordenamiento Territorial; Gobierno Municipal.	Se proyecta su actualización.

Elaboración del Programa Integral de Transporte y Vialidad de Torreón	Dicho proyecto va encaminado a mejorar las opciones de transporte público, particularmente a través de sistemas de transporte rápido. Lo anterior permitiría dar el siguiente paso en materia de transporte urbano e incrementaría la competitividad de los canales de distribución locales.	Gobierno del Estado de Coahuila: Secretaría de Comunicaciones y Transportes; y Gobierno Municipal.	Sin avances
Reservas Territoriales			
Adquisición de suelo para construcción de desarrollos turísticos a través de la inversión pública	Se pretende contar con los espacios suficientes para generar una mayor oferta de establecimientos turísticos, cubriendo las áreas de oportunidad que permitan generar las condiciones necesarias para la creación integral de un clúster turístico.	Gobierno del Estado: Secretaría de Turismo.	Sin avances
Infraestructura Regional de Comunicaciones y Transporte			
Ampliación (7.0 m. a 10.5 m.) de la carretera Torreón-Saltillo	Las vías de acceso a la comunidad son de gran importancia, por lo que se proyecta adecuar la principal vía de comunicación de la región brindando mayor seguridad a quienes visitan el destino e incrementando las oportunidades para una mayor concurrencia.	Gobierno Federal: Secretaría de Comunicaciones y Transportes; Gobierno del Estado: Secretaría de Comunicaciones y Transportes.	Sin avances
Construcción de Nuevo Libramiento de la Laguna (Construcción de 2 carriles)	Con este proyecto se asegurará el flujo vehicular menos conglomerado, permitiendo realizar los recorridos en menor tiempo y contribuyendo a la consolidación de los circuitos turísticos lo cual resulta determinante para promover la diversificación en la oferta turística en la ciudad.	Gobierno Federal: Secretaría de Comunicaciones y Transportes; Gobierno del Estado: Secretaría de comunicaciones y transportes.	Sin información
Colocación de señalización en las vías terrestres del municipio de Torreón	Se propone incrementar la información proporcionada al turista mediante señalamientos en lugares estratégicos para dirigirlos correctamente a sus destinos, incrementando la seguridad y confianza del visitante.	Gobierno Federal: Secretaría de Comunicaciones y Transportes; Gobierno del Estado: Secretaría de Comunicaciones y Transportes.	Levantamiento realizado por el Municipio.
Colocación de señalización y mapas turísticos de las vías terrestres de Torreón	Se propone ofrecer información panorámica en puntos estratégicos, para facilitarle al turista la realización de un plan de visita, a través del cual maximice su tiempo e incremente los lugares a visitar. Además se estaría	Gobierno Federal: Secretaría de Comunicaciones y Transportes; Gobierno del Estado: Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Secretaría de Turismo.	Levantamiento realizado por el Municipio.

	aprovechando para promocionar los espacios turísticos de la región.		
Vialidad local			
Acondicionamiento de banquetas para movilidad de discapacitados en Torreón	Este proyecto pretende fomentar la inclusión de las personas vulnerables por alguna discapacidad a las actividades cotidianas, potencializando su derecho de esparcimiento y recreación en los espacios turísticos del destino y la región.	Gobierno Federal: Secretaría de Desarrollo Social; Gobierno del Estado: Secretaría de Cultura, Secretaría de Turismo; Gobierno Municipal: Dirección General de obras Públicas.	Sin avances
Colocación de señalización turística en Torreón	El proyecto plantea la generación de una adecuada señalización turística que permita garantizar al visitante una mayor movilidad entre los diversos destinos, atractivos y recursos turísticos y en cada uno de los circuitos correspondientes al sector.	Gobierno del Estado: Secretaría de Turismo, Secretaría de Infraestructura; y Gobierno Municipal: Dirección de Turismo.	Levantamiento realizado por el Municipio
Transporte público			
Construcción de Estacionamientos Públicos en Torreón	La intención de este proyecto es canalizar los autos a los espacios disponibles fuera de las vialidades para reducir la aglomeración de vehículos en las calles, lo cual incrementaría la seguridad del peatón y la circulación óptima del tránsito vehicular. Lo anterior potencializará las condiciones para el desarrollo eficiente de las actividades económicas y turísticas.	Gobierno Municipal.	Sin avances
Acondicionamiento y mejoramiento de paradas de transporte público urbano y foráneo en Torreón	Este proyecto generará un mayor alcance a los usuarios del transporte público y promoverá el uso de alternativas de transporte, haciendo más agradable los tiempos de espera para abordad una unidad.	Gobierno Municipal.	Sin avances
Mejoramiento de bases de taxis en Torreón	Con este proyecto, se pretende incentivar el transporte en taxi como alternativa para acudir a las zonas de alta concurrencia, haciendo más deseable el uso del servicio a través de instalaciones modernas.	Gobierno Municipal e Iniciativa Privada.	Sin avances
Imagen Urbana			

Mejoramiento de la imagen urbana (Mejoramiento de fachadas, de pavimentos, banquetas y guarniciones; alumbrado público y cableado subterráneo; colocación de mobiliario urbano) en la zona centro de Torreón	Es necesario que el entorno cumpla con las expectativas de los visitantes por lo que este proyecto dignificará el recorrido realizado por los turistas, facilitando el tránsito peatonal y la apreciación del centro histórico de Torreón.	Gobierno Federal: Secretaría de desarrollo Social; Gobierno del Estado: Secretaría de Obras Públicas; Gobierno Municipal: Ayuntamiento.	Propuesto en el Programa de Obra 2014, presentado ante la SECTUR Federal. Únicamente se presentó la primera etapa.
Mejoramiento de la imagen urbana en el acceso a Torreón	Específicamente, la idea es agradar al visitante desde el momento en que llega a la ciudad, demostrando ser una ciudad moderna desde sus puntos de entrada y cumpliendo desde el primer momento con las expectativas del turista.	Gobierno Federal: Secretaría de desarrollo Social; Gobierno del Estado: Secretaría de Turismo, Secretaría de Obras Públicas; Gobierno Municipal.	Sin avances
Programa permanente de mantenimiento a edificios históricos y culturales	Este proyecto pretende asegurar la conservación del patrimonio histórico y cultural de la ciudad, a través del mantenimiento y embellecimiento constante de los edificios del destino.	Gobierno Federal: Instituto Nacional de Antropología e Historia, Instituto Nacional de Bellas Artes; Gobierno del Estado: Secretaría de Cultura; Gobierno Municipal: Dirección General de Cultura.	En estructuración por la Secretaría de Turismo del Estado y del Municipio.
Infraestructura urbana			
Programa de ampliación de la Red de Agua Potable en localidades del municipio de Torreón	Este proyecto propone extender el alcance de las posibilidades del desarrollo urbano, garantizando oportunidades de comercio y esparcimiento en aquellas áreas que carecen del suministro del servicio.	Gobierno Federal: Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos; Gobierno del Estado: Secretaría de Obras Públicas; Gobierno Municipal.	Sin información
Programa de mantenimiento y reparación de las redes de agua potable en localidades de Torreón	Es necesario asegurar el buen funcionamiento de la infraestructura ya instalada, reduciendo las pérdidas del recurso por fugas y contribuyendo al sano crecimiento de la región.	Gobierno Municipal: Dirección General de Obras Públicas.	Sin información
Alcantarillado y saneamiento			
Programa de ampliación de la Red de drenaje en Torreón	Este proyecto permitirá asegurar asentamientos en diferentes áreas para diversificar los espacios destinados al comercio y la recreación.	Gobierno Federal: Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos; Gobierno del Estado: Secretaría de Obras Públicas; Gobierno Municipal: Ayuntamiento.	Sin información
Medio ambiente			

Elaboración del Plan de Ordenamiento Ecológico y Territorial de la Zona Metropolitana de La Laguna	El proyecto asegura la administración y asignación adecuada de espacios territoriales para fines específicos de interés común.	Gobierno Federal: Comisión Nacional del Agua, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales; Gobierno del Estado: Secretaría del Medio Ambiente; Gobierno Municipal.	Proyectado para 2014
Programa de generación de electricidad a través del aprovechamiento del gas metano para la iluminación de las principales calles de la ciudad.	Este proyecto asegura la iluminación de las principales calles de la ciudad a un menor costo, diversificando los métodos con los que la ciudad se abastece de los servicios básicos.	Gobierno del Estado: Secretaría del Medio Ambiente; Gobierno Municipal: Dirección General del Medio Ambiente.	Sin información
Programa Permanente de Separación y Aprovechamiento de Residuos Sólidos en Torreón	Este proyecto promueve la reducción de desechos sólidos, aprovechándolos para fines productivos y permitiendo contrarrestar el deterioro ambiental.	Gobierno Municipal: Dirección General de servicios públicos Municipales.	En proceso
Programa Permanente de Mantenimiento de Jardines y Parques en Torreón	La idea es promover el sentido de conservación y mejoramiento de las áreas verdes, generando un impacto positivo en la sociedad y asegurando la calidad en los espacios de recreación para quienes hacen uso de ellos.	Gobierno Municipal: Dirección General de servicios públicos Municipales.	En proceso
Equipamiento Urbano y Turístico			
Mejoramiento del equipamiento educativo en las localidades de Torreón	Este proyecto está dirigido al fortalecimiento y expansión de la infraestructura educativa para incrementar el nivel de aprovechamiento de los estudiantes.	Gobierno Federal: Instituto Nacional de la Infraestructura Física Educativa	Programado para 2014
Mejoramiento del equipamiento deportivo en las localidades de Torreón	Este Proyecto se enfoca en el fortalecimiento de los espacios deportivos, incrementando la capacidad para desarrollar en la localidad diversas disciplinas del deporte que atribuyan una mayor participación en torneos locales, regionales, nacionales e internacionales.	Gobierno Federal: Secretaría de Desarrollo Social; Municipio: Dirección General de Obras Públicas.	Programado para 2014
Mejoramiento del equipamiento de salud en las localidades de Torreón	Este proyecto impulsa la capacidad de atención a la comunidad, ya sean locales o visitantes, generando una mayor competitividad en los servicios de atención médica e incrementando la seguridad social en la ciudad.	Gobierno Federal: Secretaría de Salud; Gobierno del Estado: Secretaría de Salud.	Sin información

4. MATRIZ DE PROYECTOS.-

6.-Centro de Integración Empresarial de "Realito" en Jimulco	En este proyecto se plantea: Construcción de acceso, Administración, Zona de alojamiento, Salón de usos múltiples, Centro de negocios, Restaurante, Zona de elementos de obstáculos, Muro de Rappel, Tirolesa, Temascal, Estacionamiento, Senderos Interpretativos y Observatorio lideral.	Inversión: 76.9	Las Instalaciones del proyecto permitirán obtener Ingresos para el mantenimiento y retorno de la inversión por: Renta de las habitaciones Alquiler del Salón de usos múltiples Venta promedio del restaurante Actividades Empresariales Utilización de servicios de Rappel. Tirolesa. Temascal Visitas guiadas.	Gobierno Federal, Gobierno Estatal Año: 2015-2017	1.-El área natural protegida municipal de la Sierra de Jimulco. Destinos de los atractivos naturales más importante en la región, por lo tanto se promueve su aprovechamiento de manera sustentable con la finalidad de preservarla, a través de proyectos de beneficio a las comunidades que habitan a su alrededor, así como en pro de la conservación de la flora y la fauna.	Se localiza en la Sierra de Jimulco. Cañón del Realito, localizado aproximadamente a 88 kilometros al suroriente de la ciudad de Torreón.
7.- Rehabilitación del Bosque Venustiano Carranza.	El proyecto considera: Rediseño de las Instalaciones. Integración de los espacios del interior del Bosque, mediante andadores definidos, Señalización e iluminación adecuadas. Mejoramiento de los espacios verdes con diseño del paisaje con espacios sombreados y plazas como organizadores de espacios y zonas de encuentro para los visitantes. Colocación de mobiliario para descanso y recreación. Diseño del pista para taminata, adicionando mobiliario deportivo para ejercicios. Estacionamiento.	Inversión: 50.00	Se espera un Impacto Social y económico a Destino, ya que este proyecto impulsará el turismo del segmento recreativo, deportivo y cultural con una captación de 1,177 mil visitantes al 2030.	Gobierno Federal, Gobierno Estatal Año: 2015-2017	Este parque, cuenta con vías de acceso formadas por Boulevares y Calles importantes del Municipio que le permiten fácil acceso a los usuarios de este atractivo. Existe una fuerte demanda de la Sociedad local por el mejoramiento de este pulmón de la Ciudad	Localizado al Oriente de la Ciudad de Torreón, en la esquina de las avenidas Juárez y Cuauhtémoc.
8.- Proyecto de Mejoramiento del "Manto de la Virgen".	El Proyecto considera: Construcción de acceso-estacionamiento. Plaza que sirva de escenario a la escultura. Iluminación, Acceso para personas con capacidades diferentes. Zona de servicios. Servicios sanitarios. Zona de locales comerciales y/o espacios definidos para colocación de estructuras móviles. Mobiliario para descanso y contemplación de la escultura, así como elementos para el funcionamiento de este espacio.	Inversión: 4.00	El Proyecto tendrá un Costo-beneficio Social ya que: Mejorará la imagen urbana de la Ciudad. Coadyuvará a Incremento de equipamiento para el Turismo Urbano y Cultural. Al Incremento de la afluencia turística que se espera sea de un año 2030 de 380 mil visitantes anuales.	Gobierno Federal, Gobierno Estatal Año: 2015-2017	Su principal fortaleza para esta propuesta está representada por la carretera Saltillo-Torreón que le representa el acceso a este atractivo turístico.	Al Oriente de la Ciudad de Torreón, en salida hacia capital del Estado, Saltillo, en medio de una explanada que carece de diseño.
9.- Centro de Diseño platero de alta calidad.	Instalaciones a construir: Área de recepción, administración, Talleres, Áreas de exhibición, Zona de ventas, estacionamiento.	Inversión: 50.00	Todos los Segmentos del turismo podrán conocer y adquirir los productos que se fabriquen en el Centro, el cual generará empleo para los habitantes de la zona.	Gobierno Federal, Gobierno Estatal Año: 2015-2017	Los accesos a este punto están representados por Calles y Avenidas del primer cuadro de la ciudad lo cual representa una buena opción para el visitante.	Se propone la búsqueda de un predio en las cercanías del Peñoles, Blvd Durango a la ciudad.
10.- Centro Recreativo Jimulco.	Este Proyecto contempla: construcción de: Administración, Zona de cabañas para hospedaje (manejo de ecotécnias y/o energías alternativas), Área para servicio de preparación de alimentos para los excursionistas. Senderos interpretativos, Sanitarios y estacionamiento.	Inversión: 30.00	El turismo de naturaleza será el beneficiario con este proyecto, además de que el proyecto contribuirá a consolidar una oferta turística diversificada y de calidad en la zona. El Incremento que se espera de 5 sustivisitantes de este segmento será de 92,250 a 88 mil a un año 2030.	Gobierno Federal, Gobierno Estatal Año: 2015-2017	Principal vías de acceso representada por la carretera Torreón-Jimulco. La Reserva de la Sierra y Cañón de Jimulco, ofrece posibilidades del desarrollo turístico, atendiendo a lo establecido en el Programa de Manejo y Reglamento que la regulan. En dichos lineamientos normativos están consideradas actividades ecoturísticas que pueden traer beneficios a los habitantes de la misma.	Localizado en las Sierra de Jimulco en la zona de reserva permitida.
11.- Corredor Paseo Morelos.	Para este proyecto se considera la intervención de la calle Valdez Carrillo hasta Galeana con las siguientes acciones: Subterranización de servicios, Sistema pluvial, Incorporación de camellon con jardineras y forestación, Colocación de mobiliario urbano, Alumbrado público e iluminación ornamental, Señalética, semaforización, Mejoramiento de imagen urbana	Inversión: 106.05	El turismo en general que visite la Ciudad de Lerdo será beneficiado con el proyecto, con el actual se espera lograr el rescate de una de las zonas más importantes por tradición e historia, en la que se concentran buena parte de los atractivos culturales. En este sentido, se verá beneficiado directamente el Segmento del turismo Social y Cultural, el cual se espera pase de 2,500 visitantes a los 177 mil, en el año 2030.	Gobierno Federal, Gobierno Estatal Año: 2015-2017	Sin problemas de accesibilidad representada por medios de traslado terrestres como automóviles y transporte urbano que permiten la llegada del público en general a esta calle, cuyo recorrido representa una tradición en Torreón.	Su localización se refiere a la calle Morelos del Centro Histórico ubicado en el corazón de la Ciudad, en el área comercial de mayor reconocimiento por la ciudadanía local.
12.- Parque Río Nazas.	Circuito peatonal y/o ciclista. Áreas de descanso que generen ambientes agradables. Miradores que permitan apreciar el paisaje urbano tanto de la Ciudad de Torreón como de la del Gómez Palacio, Durango. Espacios comerciales con elementos flotantes.	Inversión: 30.00	El turismo Social y Deportivo disfrutará de este recorrido, pensando para el descanso y la recreación, estos incrementarán su afluencia con la creación de un nuevo sitio atractivo, se en 1,177 mil y 88 mil visitantes respectivamente en el año 2030.	Gobierno Federal, Gobierno Estatal Año: 2015-2017	Accesos Importantes para este lugar de turismo son las avenidas y/o calles de los lados del Río Nazas, tanto de Torreón, Coahuila como del Estado de Durango.	Al Poniente de la Ciudad de Torreón y del Río Nazas, limite con Gómez Palacio, Durango.
14.- Rehabilitación de la Alameda Zaragoza.	El proyecto prevee: Mantenimiento de conversión, fuente, fanzante. Rediseño de mobiliario urbano. Rediseño de pavimentos. Mejoramiento de andadores, con diseño que permita la práctica de distintas actividades. Mejoramiento de áreas verdes. Rediseño de áreas verdes que, definiendo espacios para descanso. Mejoramiento de iluminación.	Inversión: 35.00	Los habitantes de la Ciudad de Torreón se verán directamente beneficiados por el proyecto, así mismo, los visitantes contarán con un espacio recreativo de alta demanda. Los Segmentos del turismo Social y/o cultural serán los que visiten este espacio destinado a la recreación principalmente. Se espera que la cancelación a año 2030 con aproximado de 177 mil visitantes.	Gobierno Federal, Gobierno Estatal Año: 2015-2017	Mejorará la Imagen del Centro Histórico. Las calles vecinas representan sus mejores accesos para los turistas locales y foráneos además de las avenidas cercanas a esta Alameda tradicional de la Ciudad.	Al Oriente del Centro Historico de la ciudad de Torreón, en las calles de Juárez esquina con G. Ortega

15.- Tren Turístico Ruta de Villa.	El proyecto contempla construcción, rehabilitación y/o acondicionamiento de estaciones que permitan la recepción de los visitantes en condiciones adecuadas, la decuación y ambientación de vagones, de acuerdo a la época, para ofertar paseos recreativos. Aprendizaje de la historia, costumbres y tradiciones de la región que resulten con alta atractividad.	Inversión: $60.00	El Turismo social, recreativo y/o cultural, tiene alto impacto en la derrama económica hacia este proyecto. Se espera que este segmento crezca anualmente a un 7% con 1 millón de visitantes anuales.	Gobierno Federal y Gobierno Estatal	La atractividad de esta propuesta se fundamenta por la accesibilidad que se tiene para la ruta y la traza da por Ferrocarriles Nacionales de México. Se requerirán los permisos de la SCT y la negociación con FERROMEX	La ruta de Villa recorrerá las estaciones del ferrocarril en el sur de Saltillo, Ramos Arizpe, Parras, Paredón y el Francisco I. Madero y la estación del FXE-Torreón-TFM/Saltillo (concesionado a Ferromex).
TOTAL PROYECTOS PRIORITARIOS		1,205 millones de pesos				

* La prioridad de los Proyectos se estableció de acuerdo a "la Guía para la Conformación de Proyectos de Inversión de las Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos", cabe hacer mención que por los criterios empleados por el Estado en la selección de proyectos que se incluyen en la Agenda de Competitividad de Torreón, el órden que seguirá el Estado para su atención, de 2015 a 2017 se hará de acuerdo a los techos financieros que se asignen.
**Para proyectar la concurrencia se consideró el Programa para el Desarrollo Regional Turístico Sustentable (PRODERETUS) de la Secretaría de Turismo acuerda con el Gobierno del Estado. Las concurrencias podrán variar según la participación del Estado o de la Federación con otros fondos aplicables que se identifiquen en forma anual.

GLOSARIO DE TERMINOS.

SIGLAS	
ACDT	Agenda Competitividad de Torreón
AMHM	Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles
ANP	Área Natural Protegida
CANACINTRA	Cámara Nacional de la Industria de Transformación
CANACO	Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de Torreón
CANACOPE	Confederación Nacional de Comerciantes en Pequeño
CANACOTO	Cámara de Comercio de Torreón
CANIRAC	Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados
CESTUR	Centro de Estudios Superiores en Turismo
CFE	Comisión Federal de Electricidad
CNMH	Catálogo Nacional de Monumentos Históricos
CONABIO	Comisión Nacional de Biodiversidad
CONACULTA	Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
CONAGUA	Comisión Nacional del Agua
CONANP	Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas
CONAPO	Consejo Nacional de Población
CONCANACO SERVYTUR	Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo
CONEVAL	Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social
CPTM	Consejo de Promoción Turística de México
CUO	Clasificación Única de Ocupaciones
DMC	Destination Management Company
DSPT	Dirección de Seguridad Pública de Torreón
DTM	Dirección de Turismo Municipal de Torreón
DTUT	Dirección de Desarrollo Urbano de Torreón
ENLACE	Evaluación Nacional del Logro Académico en Centros Escolares

FERROMEX	Ferrocarril Mexicano
FGD	Fondo de Garantía de Depósitos
FODA	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas
FONATUR	Fondo Nacional de Fomento al Turismo
GCE	General Certificate of Education
IMCO	Instituto Mexicano para la Competitividad
IMSS	Instituto Mexicano del Seguro Social
INAH	Instituto Nacional de Antropología e Historia
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
IP	Iniciativa Privada
ISSSTE	Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado
MPYMES	Micro, Pequeñas y Medianas Empresas
NOM	Norma Oficial Mexicana
OCV	Oficina de Convenciones y Visitantes
OMA	Organización Mexicana de Aeropuertos
OMT	Organización Mundial del Turismo
ONG	Organización No Gubernamental
PDTC	Programa de Desarrollo Turístico de Torreón, Coahuila
PEA	Población Económicamente Activa
PED	Programa Estatal de Desarrollo
PET	Programa Estatal de Turismo
PIB	Producto Interno Bruto
PMD	Plan Municipal de Desarrollo
PND	Plan Nacional de Desarrollo
PRODERETUS	Programa para el Desarrollo Regional Turístico Sustentable
PROFEPA	Procuraduría Federal de Protección al Medio Ambiente
PST	Programa Sectorial de Turismo

PYMES	Pequeña y Mediana Empresa
REM-SCJ	Reserva Ecológica Municipal Sierra y Cañón de Jimulco
REPDA	Registro Público de Derechos del Agua
RSU	Residuos Sólidos Urbanos
SAGARPA	Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación
SCT	Secretaría de Comunicaciones y Transportes
SECTUR	Secretaría de Turismo. Instancia Federal
SEDESOL	Secretaría de Desarrollo Social
SEDETUR	Secretaría de Turismo del Estado de Coahuila
SEMARNAT	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
SENER	Secretaría de Energía
SERTUCO	Servicios Turísticos de Coahuila
SIMAS	Sistema Municipal de Aguas y Saneamiento de Torreón
SMN	Sistema Meteorológico Nacional
SNSP	Secretaría Nacional de Seguridad Pública
STPS	Secretaría de Trabajo y Previsión Social
TIC'S	Tecnologías de la Información y la Comunicación
UAL	Universidad Autónoma de la Laguna
UANE	Universidad Autónoma del Noreste
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
UVM	Universidad del Valle de México
WWWF	World Wildlife Fund
ZML	Zona Metropolitana de la Laguna

BIBLIOGRAFÍA

(GCE), G. d. (2007). *Encuesta.*

Amarilla, S. (s.f.). *http://www.seccionamarilla.com.mx/resultados/agencias-de-viaje/coahuila/2.*

campo., P. M. (s.f.).

CANIRAC. (s.f.). *TORREON.*

CIDE, C. d. (2007, 2012). *Indice de Competitividad de las Ciudades Mexicanas.*

CIDE, C. d. (2009).

Coahuila, S. d. (s.f.). *Base de Datos.*

Competitividad, I. M. (2012). *INdice de Competitividad Urbaba.*

CONEVAL. (2012).

Earth, G. (s.f.).

Electicidad, C. F. (2011). *Balance Nacional de Energia.* Secretaria de Energia.

Empleo, S. N. (2012). *Feria del Empleo de Turismo en Torreon.*

FGD, P. Y., & SNSP. (s.f.).

IMCO. (2012). *-Nueva política turística para recuperar la competitividad del sector y detonar el desarrollo regional.* Instituto Mexicano para la Competitividad.

IMCO, I. M. (2012). *Indice de Competitividad Urbana.*

INEGI. (1970, 1980, 1990 y 2000). *Censos Generales de Poblacion y Vivienda.*

INEGI. (1995 y 2005). *Conteos de Poblacion y Vivienda.*

INEGI. (2003). *Cuadernos Estadisticos Municipales.*

INEGI. (2010). *Censo de Poblacion y Vivienda.*

INEGI. (2011). *Perspectiva Estadística Coahuila de Zaragoza.*

INEGI. (2012). *Anuario Estadistico de Coahuila.*

INEGI. (2012). *Anuario Estadistico de Coahuila.*

MÉXICO, o. D. (2013). *UBSECRETARIA DE PLANEACION TURISTICA.*

Minimos, C. d. (s.f.). *Diario Oficial de la Federación .*

Municipal, D. d. (2012). *Reporte.*

Municipal, D. T. (2013). *Datos Recabados en Entrevistas a Funcionarios.*

Municipal, P. d. (2014).

Plazo, P. S. (2011,2017). *http://www.coahuilatransparente.gob.mx/BD/PlanSectorial/PLAN%20ESTATAL%20DE%20TURISMO%202011%202017.pdf.*

Población, C. N. (2010). *INdice de Migracion Urbana.*

Policial, n. D. (Dic 2013). *http://www.icai.org.mx/ipmn/Documentos/Torreon/23-I%20IndicadoresDesempeñoPoliciaDic2013.pdf.*

Social., C. N. (2012). *Anexo Estadistico de Pobreza en Mexico.*

Torreon. (2013). *Informe de Gobierno.*

Torreon, M. d. (2010,2013). *Plan de Desarrollo Municipal.*

Visitantes, O. d. (2012). *OCV.*

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. MAPA DE LA ZONA DE INFLUENCIA....15
ILUSTRACIÓN 2 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA TORREÓN....33
ILUSTRACIÓN 3. PORCENTAJE QUE OCUPA LA POBLACIÓN EN BASE A RANGO DE EDADES EN COAHUILA....35
ILUSTRACIÓN 4. PORCENTAJE QUE OCUPA LA POBLACIÓN EN BASE A RANGO DE EDADES EN TORREÓN....36
ILUSTRACIÓN 5. RANGO DE EDADES....36
ILUSTRACIÓN 6. COMPARATIVA DE RASGOS DE POBLACIÓN MUNICIPAL Y ESTATAL....37
ILUSTRACIÓN 7. TASA DE PARTICIPACIÓN ECONÓMICA SEGÚN SEXO, 2010.....37
ILUSTRACIÓN 8. POBLACIÓN OCUPADA POR SECTOR DE ACTIVIDAD ECONÓMICA....38
ILUSTRACIÓN 9. DINÁMICA DE LA POBLACIÓN OCUPADA POR GRAN SECTOR DE ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2000-2010.....38
ILUSTRACIÓN 10. RANGO DE EDADES....39
ILUSTRACIÓN 11 REGIÓN TORREÓN: INFRAESTRUCTURA CARRETERA....40
ILUSTRACIÓN 12. ESTADO DE COAHUILA. INFRAESTRUCTURA CARRETERA....41
ILUSTRACIÓN 13 CARRETERA FEDERAL NO. 40; ENTRADA A MATAMOROS....43
ILUSTRACIÓN 14 CARRETERA FEDERAL NO. 40; SALIDA DE MATAMOROS....43
ILUSTRACIÓN 15 CARRETERA FEDERAL NO. 40; AL INTERIOR DE LA CIUDAD DE TORREÓN....44
ILUSTRACIÓN 16 CARRETERA FEDERAL NO. 30....44
ILUSTRACIÓN 17 CAMINO LOCAL EN VIESCA....46
ILUSTRACIÓN 18 FACHADA DE MUSEO AROCENA Y VIALIDAD DE ACCESO....52
ILUSTRACIÓN 19 DISEÑO MODERNO DE MOBILIARIO Y CAMELLONES CENTRALES ARBOLADOS....52
ILUSTRACIÓN 20 NODOS VIALES....53
ILUSTRACIÓN 21 DISEÑO MODERNO DE MOBILIARIO Y CAMELLONES CENTRALES ARBOLADOS....53
ILUSTRACIÓN 22 DIVERSOS ESTILOS ARQUITECTÓNICOS DE LA ZONA CENTRO....55
ILUSTRACIÓN 23 DETERIORO DE LA IMAGEN URBANA EN EL CENTRO....55
ILUSTRACIÓN 24 VIVIENDA DETERIORADA EN LOS MÁRGENES DEL CENTRO HISTÓRICO....55
ILUSTRACIÓN 25 MOBILIARIO Y SEÑALIZACIÓN DE ATRACTIVOS....56
ILUSTRACIÓN 26 DIVERSOS EJEMPLOS DE LAS VIVIENDAS DE LA CIUDAD....57
ILUSTRACIÓN 27 CRISTO DEL CERRO DE LAS NOAS....58
ILUSTRACIÓN 28 ESTADIO TERRITORIO SANTOS MODELO....58
ILUSTRACIÓN 29 IMÁGENES DE LA ALAMEDA....59
ILUSTRACIÓN 30 PARQUE URBANO DE LAS ETNIAS Y BOSQUE VENUSTIANO CARRANZA....60
ILUSTRACIÓN 31 MAPA 4. OROGRAFÍA....61
ILUSTRACIÓN 32 MAPA 5. CLIMA....62
ILUSTRACIÓN 33 POBLACIÓN DE 12 AÑOS Y MÁS SEGÚN CONDICIÓN DE ACTIVIDAD POR MUNICIPIO, 2010....63
ILUSTRACIÓN 34. TORREÓN URBANO....64
ILUSTRACIÓN 35. MAPA GEOLOGÍA....66
ILUSTRACIÓN 36. UNIDADES EDAFOLÓGICAS....68
ILUSTRACIÓN 37. CUENCAS HIDROLÓGICAS....70
ILUSTRACIÓN 38 AGUA SUBTERRÁNEA....72
ILUSTRACIÓN 39 VEGETACIÓN Y USOS....73
ILUSTRACIÓN 40 ZONA DE INFLUENCIA....76
ILUSTRACIÓN 41 PANORÁMICA DE LA SIERRA DE JIMULCO.....79
ILUSTRACIÓN 42 PANORÁMICA DE LAS DUNAS DE BILBAO....80
ILUSTRACIÓN 43 DUNAS DE BILBAO.....80

ILUSTRACIÓN 44 RUTAS CARRETERAS. 89
ILUSTRACIÓN 45 MUNICIPIO DE TORREON WEB. 96
ILUSTRACIÓN 46 OFICINA DE CONVENCIONES Y VISITANTES 96
ILUSTRACIÓN 47 SECRETARIA DE TURISMO DEL ESTADO VERSIÓN MÓVIL 97
ILUSTRACIÓN 48 RUTA AEREA 122
ILUSTRACIÓN 49 RUTAS DE PUEBLOS MÁGICOS 135
ILUSTRACIÓN 50 RUTA GASTRONÓMICA 137
ILUSTRACIÓN 51 MAPA RUTA GASTRONÓMICA 138
ILUSTRACIÓN 52 RUTA DEL CABRITO 141
ILUSTRACIÓN 53 ESTACIÓN EMILIANO ZAPATA, VIESCA ESTACIÓN EL CUIJE, MATAMOROS 142
ILUSTRACIÓN 54 MAPA 6. SUBPROVINCIAS FISIOGRÁFICAS 142
ILUSTRACIÓN 55 PROTECCIÓN DEL PAISAJE 142
ILUSTRACIÓN 56 RUTAS DESARROLLO TURÍSTICO 143
ILUSTRACIÓN 57 RUTAS TURÍSTICAS LOCALES. 144
ILUSTRACIÓN 58 CIRCUITOS ESTATALES PROPUESTOS. 145
ILUSTRACIÓN 59 CIRCUITOS REGIONALES CERCANOS PROPUESTAS. 145
ILUSTRACIÓN 60 151
ILUSTRACIÓN 61 154
ILUSTRACIÓN 62 GRAFICA CAPACIDAD DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES 160
ILUSTRACIÓN 63 CANTIDAD DE SDF EN COAHUILA POR SITUACIÓN Y REGIÓN 2012. 162
ILUSTRACIÓN 64 LISTADO DE EMPRESAS EN TORREÓN CON DISTINTIVO H VIGENTE 179
ILUSTRACIÓN 65 LISTADO DE EMPRESAS EN TORREÓN CON DISTINTIVO M VIGENTE. 180
ILUSTRACIÓN 66 LISTADO DE CONSULTORES POR PROGRAMA CERTIFICADOS EN EL ESTADO DE COAHUILA 182
ILUSTRACIÓN 67 RUTAS AÉREAS 184
ILUSTRACIÓN 68 186
ILUSTRACIÓN 69 HOMICIDIOS DOLOSOS EN LA ZONA METROPOLITANA LAGUNA. 193
ILUSTRACIÓN 70 ÍNDICES DE SECUESTRO Y EXTORCIÓN ZONA METROPOLITANA LAGUNA 194
ILUSTRACIÓN 71 TASA ANUAL DE HOMICIDIOS 200-2011 TORREÓN Y MATAMOROS 195
ILUSTRACIÓN 72 DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO ECONÓMICO. 205

Índice de tablas

TABLA 1. PROYECTOS PRIORITARIOS DE TORREÓN 25
TABLA 2. POBLACIÓN TOTAL Y TASA DE CRECIMIENTO MEDIO ANUAL POR MUNICIPIO 1970-2010 34
TABLA 3. POBLACIÓN TOTAL, EDAD MEDIANA Y RELACIÓN HOMBRES-MUJERES POR MUNICIPIO 34
TABLA 4. GRÁFICO POBLACIONAL EN BASE A EDADES. 35
TABLA 5 LONGITUD DE LA RED CARRETERA POR MUNICIPIO SEGÚN TIPO DE CAMINO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2009 (KILÓMETROS) 46
TABLA 6 : CARACTERÍSTICAS DEL TRANSPORTE URBANO, FORÁNEO Y DE CARGA, Y SERVICIOS CARRETEROS POR MUNICIPIO. 49
TABLA 7 PANORÁMICA DE LA CIUDAD DE TORREÓN 50
TABLA 8 TRAZO TERRITORIAL DE LA CIUDAD DE TORREON. 51
TABLA 9 ATRACTIVO DE LAS ZONAS DE INFLUENCIA. 76
TABLA 10 CONCENTRADO DE AGENCIAS DE VIAJES DENTRO DEL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO 83

TABLA 11 DESCRIPCIÓN DE PLAZA DE MAYOR RELEVANCIA 86
TABLA 12 RECOLECCIÓN Y DEPÓSITO DE LA BASURA A SEPTIEMBRE 2013. 91
TABLA 13 NUMERO DE RESTAURANTES Y BARES EN EL MUNICIPIO DE TORREÓN 118
TABLA 14 NÚMERO DE HOTELES POR CATEGORÍA. 119
TABLA 15 ESTADÍA PROMEDIO DE TURISTAS 120
TABLA 16 AEROLÍNEAS NACIONALES. 121
TABLA 17 LÍNEAS DE AUTOBUSES 123
TABLA 18 AEROPUERTOS 124
TABLA 19 AEROLÍNEAS 125
TABLA 20 RUTA DEL CABRITO 138
TABLA 21 INVENTARIO DE ATRACTIVOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS. 146
TABLA 22 ACTIVIDADES DE OCIO DISPONIBLES EN TORREÓN. 148
TABLA 23 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA POR TIPO DE ACTIVIDAD. 152
TABLA 24 ÍNDICE DE MARGINACIÓN 154
TABLA 25 SISTEMA DE INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD 171
TABLA 26 UBICACIÓN DE LAS ESTACIONES DE MONITOREO DE GÓMEZ PALACIO, LERDO Y TORREÓN. 174
TABLA 27 CERTIFICACIONES 178
TABLA 28 **INDICADORES DE VULNERABILIDAD, CARENCIAS Y ACCESO A SEGURIDAD, SERVICIOS Y VIVIENDA. 2012** 190
TABLA 29 PORCENTAJE DE COBERTURA SOCIOECONÓMICA. 190
TABLA 30 CENTROS MEDICOS EN TORREON 198
TABLA 31 PORCENTAJE DE VISITANTES TURISTAS QUE REGRESAN 198
TABLA 32 AFLUENCIA TURÍSTICA VS OCUPACIÓN HOTELERA. 199
TABLA 33 DIVERSIFICACIÓN EN SEGMENTO DE MERCADO GEOGRÁFICO. 202
TABLA 34 MERCADO POTENCIAL NACIONAL SELECCIONADO PARA EL MUNICIPIO DE TORREÓN 203
TABLA 35 TABLA DE ALINEACIÓN DE LOS PLANES RECTORES FEDERAL, ESTATAL MUNICIPAL. 234

(INEGI, Anuario Estadistico de Coahuila, 2012)

ANEXOS

ANEXOS

RELATORÍAS DE TALLERES:

ANEXO 1. Relatoría del Taller: Oferta Turística

Fecha: miércoles 13 de noviembre 2013
Lugar: Infoteca Universidad Autónoma de Coahuila
Participantes:

Desarrollo del Taller

Después de analizar los principales factores que influyen en la competitividad del Destino Turístico, en este caso: Torreón, Coah., se procedió a enfocar al grupo solo en el Factor: Oferta Turística con los siguientes:

Objetivos:

- Establecer el análisis FODA del Factor
- Proponer en su caso estrategias y líneas de acción.

Conclusiones:

Fortalezas

- Torreón es una ciudad competitiva y atractiva para invertir, viajar y disfrutar en el Estado de Coahuila, con una gran variedad de atracciones históricas, artísticas y culturales aprovechables.
- Posee una gran variedad de servicios turísticos en hoteles, restaurantes y bares para el visitante.
- Ofrece al turista hermosos museos, parques y lugares para el ecoturismo.
- Cuenta con 4 rutas de destino turístico.
- Es uno de los polos de desarrollo más importantes de país por su buena ubicación geográfica.

Oportunidades

- Creación del proyecto del Centro de Convenciones y Negocios Torreón.
- Incrementar capacidad de hospedaje industrial con el parque industrial “Mieleras”.
- Reforestación de los espacios públicos.
- Creación de la Marca Torreón.
- Fortalecer lazos entre los 3 niveles de gobierno y la IP, para fortalecer al sector turístico.
- Cuenta con una gran variedad de recursos naturales propios y cercanos al municipio que invitan al viajero a conocer.

Debilidades

- La ciudad está territorialmente dispersa lo que eleva los costos en servicios e infraestructura.
- Poca oferta de vuelos.
- Falta de productos turísticos
- Insuficiente conectividad terrestre y urbana.
- Escasa cultura turística.
- Falta de promoción turística.

Amenazas

- Crecimiento desmedido del transporte público.
- Disminución en afluencia del turismo local y foráneo.
- Percepción creciente de la inseguridad y violencia en la frontera norte.
- Insuficiente apoyo de servicios turísticos.
- Limitada inversión en proyectos turísticos.
- Alto costo en transporte aéreo.

Así mismo se plantearon los siguientes Objetivos, Estrategias y Líneas de Acción:

Objetivo 1.- Consolidar y ampliar la oferta turística existente y crear nueva

Estrategia 1.- Fomentar la Inversión en el Sector

Líneas de Acción.-

1. Coordinar con el Municipio, las asociaciones y organizaciones productivas, cartera de proyectos y acciones de inversión en el sector turístico, estratégicas para el desarrollo municipal y regional.
2. Diseño de un sistema de incentivos y facilitación de inversiones en equipamiento y servicios turísticos
3. Crear certidumbre jurídica para la inversión en zonas turísticas actualizando el marco jurídico a las nuevas condiciones políticas, económicas y sociales de Coahuila.
4. Elaborar e implementar modelo de desarrollo turístico que fomente el fortalecimiento de las PyMES por medio de su capacitación y asesoría
5. aplicación de la Agenda de Competitividad y del Programa de Desarrollo Turístico de Torreón.
6. Promover la elaboración de programas urbano-turísticos que generen carteras de proyectos de inversión para sitios con atractivos naturales y culturales
7. Gestionar y promover la inversión para los proyectos que mejoren la infraestructura de accesibilidad y conectividad del destino.

Estrategia 2.- Identificar e integrar esquemas de financiamiento para el Sector.

Líneas de Acción.-

1. Identificar instrumentos fiscales, jurídicos y de financiamiento a nivel federal, estatal y municipal.
2. Aprovechar esquemas de desarrollo turístico en co-participación público-privado-social.
3. Coordinar de los tres niveles de gobierno con la iniciativa privada del sector y el sector social para su integración
4. Identificación de proyectos de infraestructura que mejoren la competitividad turística y realizar las gestiones para su atención ante las Entidades correspondientes

Objetivo 2.- Impulsar la infraestructura de servicios turísticos y de apoyo a la competitividad turística

Estrategia 1.- Gestión de infraestructura ante las instancias de Gobierno, sector privado y asociaciones

Líneas de Acción.-

1. Construir el Centro de Convenciones de Torreón para impulsar el turismo de reuniones y convenciones
2. Crear las condiciones e infraestructura necesaria para la recepción de turistas de diferentes segmentos, en especial la requerida por los productos, rutas y circuitos turísticos.
3. Fomentar la modernización y renovación de la infraestructura actual de los servicios de alojamiento; así como contar con alojamiento especializado para el ecoturismo y turismo de naturaleza incorporando la oferta social de hostales en las pequeñas localidades.
4. Fomentar la modernización y renovación de la infraestructura actual de los servicios de alimentación y mercados, establecidos en la Ciudad y las localidades de su área de influencia
5. Privilegiar la mezcla de recursos de los tres ámbitos de gobierno y del sector privado para atender necesidades específicas del centro histórico y barrios antiguos de la cabecera municipal, localidades y zona de influencia.
6. Promover, en coordinación con la Secretaría de Turismo Federal la firma del convenio para incluir a las Ciudades identificadas y/o planeadas integralmente como destinos turísticos en el Programa Pueblos Mágicos.
7. Impulsar el desarrollo de proyectos ecoturísticos con base en el Plan de Ordenamiento del Ecoturismo y Turismo de Naturaleza (Convenio Interinstitucional)
8. Fortalecer la infraestructura de apoyo del Pueblos Mágico de Viesca
9. Instrumentar programa de rescate del centro histórico de la Ciudad de Torreón y su zona de influencia.
10. establecer un Programa de señalización carretera y señal ética urbana
11. Gestionar y convenir recursos para la construcción, mantenimiento, rehabilitación, ampliación y modernización de caminos y carreteras que den accesibilidad al municipio y sus localidades.

Objetivo 3.- Desarrollar productos y circuitos turísticos competitivos.

Estrategia 1.- Desarrollo de productos y circuitos para segmentos específicos

Líneas de Acción.-

1. Identificar sitios y áreas de la Ciudad y de las localidades de la zona influencia con potencial para el turismo urbano, de reuniones y convenciones, religioso, gastronómico, de salud, cultural, deportivos, ecológico, de naturaleza, entre otros.
2. Elaborar diagnósticos para la proyección de productos competitivos por especialidad y por vocación de la Ciudad de Torreón y las localidades del área de influencia.
3. Impulsar el desarrollo de eventos culturales, deportivos, religiosos, artesanales, gastronómicos, entre otros de atracción nacional e internacional y desarrollar productos y paquetes turísticos a partir de estos
4. Realizar Talleres para diseño de productos turísticos impartidos a operadores y empresas turísticas, agencias de viajes, y alumnos de universidades.
5. Establecer vinculación de proyectos turísticos, con las diversas instancias de gobierno y empresarios interesados en invertir
6. Crear programas de competitividad locales que apoyen el turismo cultural, de negocios (congresos y convenciones), religioso, de ámbito cultural, congresos y convenciones, urbano, de aventura, e interés especial.
7. Crear esquemas de coordinación entre localidades y municipios para impulsar el desarrollo de rutas y circuitos turísticos.

Estrategia 2.- Impulsar el turismo de naturaleza

ANEXO 2. Relatoría del Taller: Democratización de Productividad Turística

Fecha: miércoles 13 de noviembre 2013

Lugar: Infoteca Universidad Autónoma de Coahuila Unidad Torreón

Participantes:

45 expertos: 5 representantes de las principales cámaras y asociaciones (CANIRAC, Asociación de Hoteleros, CANACOCANACINTRA CMIC); 30 representantes de entidades públicas estatales y federales, 10 prestadores de servicios turísticos, 3 Académicos (UADEC, UANE) y 3 Representantes de ONG's.

Desarrollo del Taller:

Consistió en la realización de una mesa de trabajo para estructurar un análisis FODA consistente para reflejar las principales áreas de oportunidad en tema de Democratización de la Productividad Turística.

Objetivos:

 Establecer el análisis FODA del Factor definiendo objetivos.

 Proponer en su caso estrategias y líneas de acción.

Conclusiones:

Fortalezas

- Con los nuevos programas de la Secretaría de Salud y el Municipio en el 2011, Torreón figuró con una mejor calidad de vida que mantenía antes.
- Aumento en los servicios básicos de vivienda.
- Aumento considerable en el turismo alternativo como: ciclismo de montaña, excursionismo, etc.
- Fortalecimiento del programa como el de "Ciudades Hermanas".
- Torreón cuenta con una buena infraestructura hotelera en la ciudad.
- El sector turístico es el que ocupa el mayor número de jóvenes entre 16 y 24 años.

Oportunidades

- Firma del Convenio para el Ecoturismo y del desarrollo de las comunidades y el turismo rural. (SEMARNAT-SECTUR)
- Impulso por parte del Gobierno Estatal y Municipal del turismo de naturaleza.
- Nuevas oportunidades de desarrollo a empresas turísticas en el municipio.
- Impulsar el crecimiento de empleos en el sector turístico.
- Convenios entre empresas privadas del sector turístico y gobierno estatal y municipal para desarrollar un mejor servicio turístico.

Debilidades

- Alta tasa de desocupación, la cual creció en el último trimestre del año.
- Bajos salarios en el sector turístico y para prestadores de servicios.
- Poco crecimiento de tasa de empleo.
- Falta impulsar proyectos de capacitación, gestión y financiamiento en el sector turístico.
- Falta de oportunidades en el número de empleos en el sector turístico.
- Alto índice de rezago social, es muy latente en colonias irregulares y carentes de servicios.

Amenazas

- Debido al estrés, mala alimentación, carencia de servicios y entorno social, hace que la calidad de vida en Torreón se deteriore.
- INEGI en el 2010 reporto a Torreón entre una de las 10 ciudades con valores más bajos alcanzados en cuanto a calidad de vida.
- Falta de financiamiento estatal y municipal en planes y proyectos a desarrollar en el sector turístico.
- El encadenamiento productivo del sector se debe a que la detonación de programas se debilito en los últimos años por recortes presupuestarios, amenazando la competitividad de Torreón en su productividad turística.

ANEXO 3. Relatoría del Taller: FACTOR SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA

Fecha: miércoles 13 de noviembre 2013
Lugar: Infoteca Universidad Autónoma de Coahuila
Participantes:

1. CANACO. Lic. Carlos Rangel Orona
2. CANIRAC. Lic. Vanessa Salas
3. CANACINTRA. C.P. Fernando Alatorre D. (manda representante).
4. CMIC. Arq. Tomas Galván Camacho
5. Universidad Autónoma de Coahuila, Campus Torreón 4 personas
6. Universidad Autónoma del Noreste Campus Torreón 2 personas
7. Dirección de Ecología Municipal 2 personas
8. Dirección de Servicios Primarios Municipal 2 personas
9. PROFEPA 2 participantes
10. SEMARNAT 2 participantes
11. Campos de Golf Montebello 2 personas

Desarrollo del Taller

Después de analizar los principales factores de competitividad que se presentaron en la Agenda de Competitividad de Torreón, se procedió a enfocar al grupo al Factor: Sustentabilidad Turística, tratando los puntos:

Objetivos:

- Establecer el análisis FODA del Factor

- Proponer en su caso estrategias y líneas de acción.

Conclusiones:

- Torreón cuenta con un proceso para tratar el 99.9 % de aguas residuales.
- Cobertura del 80% de agua potable.
- Se cuenta con rutas establecidas para el desecho sólido.
- Hay programas implementados como: “Puntos Limpios” y “Puntos Verdes”.
- El Municipio cuenta con un reglamento que regula y resguarda el patrimonio con el que cuenta.

- Se ha decretado por parte del Gobierno Estatal el Ordenamiento Ecológico 2011-2017.
- Realización del Programa “ProAire de la Comarca Lagunera”

Oportunidades

- Es prioridad del municipio el manejo de desechos sólidos
- Desarrolla acciones que fomenten el reciclaje en escuelas y universidades, así como en la sociedad en general.
- Impulsar el plan de áreas protegidas para la Sierra de Jimulco y Cañón de la Cabeza.
- Colaboración de convenios firmados a corto y mediano plazo del sector turístico.
- Buscar la certificación de Municipio Limpio, por parte del Gobierno Estatal y Municipal.

Debilidades

- Falta detonar el turismo en la zona por parte del municipio y FONATUR, que afecta su desarrollo turístico como la promoción al ecoturismo y el Centro Histórico.
- Necesidad de integrar el plan para desarrollo de la producción de la plata.
- Turismo enfocado principalmente al turismo de negocios.
- Reasignación de recursos por parte de los tres niveles de gobierno.
- Falta de establecimientos certificados con sello de calidad turística.

Amenazas

- El sector turismo requiere estrategias específicas para detonar los programas y planes de desarrollo turístico en el municipio debido a los acontecimientos negativos en el impacto social y económico del país.
- Pérdida de competitividad en los segmentos de alta derrama.
- Falta de capacitación ambiental en todos los sectores turísticos.
- Proponer en su caso estrategias y líneas de acción

Fortalecer los programas regionales de desarrollo turístico.

- Gastronomía típica de Torreón y área de influencia
- Gestión de programas ante los tres niveles de gobierno para disminuir la tasa del desempleo, e impulsar la apertura de empresas familiares y microempresas
- Validar el impacto de las partículas suspendidas de polvos.
- Medir el impacto de los beneficios económicos del turismo en la localidad y área de influencia
- Implementar sistema de estadísticas continuas para el monitoreo del comportamiento del empleo en la Ciudad de Torreón, en especial el turístico
- Impulsar capacitación en el trabajo en los rubros económicos de mayor demanda en el sector
- Impulsar la capacitación y comercialización en volumen de la artesanía y
- Aplicación
- de programas a proyectos productivos en zonas rurales y actividades complementarias en las zonas rurales y marginadas
- Promover estudios que verifique la calidad del aire, y establecer acciones para disminuir la contaminación
- Realizar la gestión de programas interinstitucionales para la certificación ambiental de empresas
- Establecer convenio con la con la Secretaría de Medio Ambiente de Coahuila para llevar a cabo verificación vehicular
- Apoyar la organización de empresas familiares y grupos sociales para la comercialización en volumen
- Impulsar la creación de agencias de touroperación y guías turísticos
- Realizar la gestión y apoyar la realización de muestras gastronómicas, artesanales y expoventas de artículos para hoteles, servicios de alimentos y otros rubros turísticos
- Impulsar el crecimiento de la producción, el empleo, la productividad y la competitividad de las industrias a través de los programas Estatales y Federales

FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS EDUCATIVOS

I. Identificadores de la asignatura	
Instituto: **Ciencias Sociales y administrativas**	**Modalidad:** **Presencial**
Departamento: **Humanidades**	**Créditos:** **8**
Materia: **Formulación y Evaluación de Proyectos**	

Sociales

Programa:

Educacion

Carácter: electiva

CIS603302

Tipo: Taller y practica

Nivel: Avanzado

Horas: 64 **Teoría:** 40 **Práctica: 24**

II. Ubicación

Antecedentes: Investigación educativa Clave CIS603302

Consecuente:

No aplica

III. Antecedentes

Conocimientos: Planeación y evaluación, Técnicas de investigaciones, pedagogía.

Habilidades: Capacidad de análisis, de resumir y esquematizar

Actitudes y valores: Respeto a las ideas de los demás, responsabilidad, actitud propositiva y positiva.

IV. Propósitos Generales

Los propósitos fundamentales del curso son: al termino del curso el/la estudiante estará en capacidad de aplicar los conocimientos y herramientas básicas para planificar y evaluar proyectos educativos de acuerdo a realidades especificas tomando en cuenta el entorno social.

V. Compromisos formativos

Conocimiento: Facilitar las herramientas y instrumentos y criterios para el diseño y evaluación de proyectos educativos.

Habilidades: Manejar la metodología en la identificación de problemas educativos para ofrecer alternativas de solución de manera adecuada y efectiva.

Actitudes y valores: Fomentar que el alumna/o sea inquisitivo, analítico, responsable, autodidacta, honesto, así como el deseo de la superación continua.

VI. Condiciones de operación	
Espacio: Salón de clases y ámbitos de observación y práctica educativa	
Laboratorio: No aplica	Mobiliario: mesas sillas y pizarrón
Población:20 – 25 estudiantes	
Material de uso frecuente: computadora, cañón	
Condiciones especiales: El maestro debe conocer y manejar diestramente las herramientas, instrumentos y criterios para el diseño y evaluación de proyectos educativos, así como el manejo de la metodología en la identificación de problemas educativos para facilitar alternativas de solución	

VII. Contenidos y tiempos estimados		
Temas	Contenidos	Actividades
Encuadre de la materia (2 sesiones)		Bienvenida, presentación de docente y alumnos/as, Diagnóstico sobre conocimientos de la materia y expectativas sobre el curso. Presentación del programa Reglamento de trabajo y forma de evaluar.
Módulo 1 Tema 1 Desarrollo del proyecto (12 sesiones) 40 %	Que es un proyecto social y sus componentes Diagnóstico de la situación problema Identificación del problema Determinación de objetivos Selección de alternativa de solución Cronograma de actividades Planeación de la alternativa de solución Desarrollo de la matriz de costos	Investigación y resumen Análisis de situación y resumen Análisis y consideración de causas Análisis y consideración de efectos Consideración de alternativas Cuadro Análisis, lluvia de ideas, diseño Investigación, análisis, cuadro

Módulo 2 Tema 1 Evaluación del proyecto (13 sesiones) 40 % Exposición del proyecto (3 sesiones)	La importancia de evaluar un proyecto social Determinación de objetivos de evaluación Construcción de indicadores de evaluación Tabla de conceptos de indicadores de evaluación Elaboración de instrumentos para verificar los indicadores de evaluación Diseños metodológicos de evaluación Criterios a utilizar en el análisis de la información Acudir durante el semestre al menos a un evento cultural y compartirlo en clase.	Investigaciones, resumen o síntesis Análisis y consideración de efectos Análisis y planteamiento Análisis y diseño Diseño de instrumentos Análisis, lluvia de ideas, definición de criterios Análisis, lluvia de ideas, definición de criterios Exposición

15% Promociona a la asistencia de eventos culturales 5%		

VIII. Metodología y estrategias didácticas
Metodología institucional del Modelo UACJ Visión 2020 Teorías del aprendizaje: - Por descubrimiento - Psicología cognoscitiva - Colaborativo - Constructivista - Sociocultural Factores en los procesos de aprendizaje: - Estilos de aprendizaje - Inteligencias múltiples - Motivación - Interpretación, construcción, toma de decisiones y ejecución de la acción moral Estrategias para propiciar el aprendizaje: - Interacción teoría practica - Formulación de preguntas - Solución de problemas - Análisis de casos - Investigación - Pensamiento critico y creativo - Discusión y el dialogo grupal - Conducción de grupo - Realimentación - Asesoría y tutoría académica Estrategias recomendadas: a) aproximación empírica a la realidad b) búsqueda, organización y recuperación de información c) comunicación horizontal d) descubrimiento e) ejecución-ejercitación f) elección, decisión

g) evaluación
h) experimentación
i) extrapolación y trasferencia
j) internalización
k) investigación
l) meta cognitivas
m) planeación, previsión y anticipación
n) problematización
o) proceso de pensamiento lógico y crítico
p) procesos de pensamiento creativo divergente y lateral
q) procesamiento, apropiación-construcción
r) significación generalización
s) trabajo colaborativo

IX. Criterios de evaluación y acreditación

a) Institucionales de acreditación:
Acreditación mínima de 80% de clases programadas

Entrega oportuna de trabajos

Pago de derechos

Calificación ordinaria mínima de 7.0

Permite examen de titulo: no

b) Evaluación del curso
Acreditación de los temas mediante los siguientes porcentajes:

Trabajos en clase e investigaciones (rubrica)	80 %
Trabajo final	15 %
Trabajo extra-académico	5 %

A) Bibliografía obligatoria

Martinic, S. (1997). *Evaluación de proyectos. Conceptos y herramientas para el aprendizaje*. México.: COMEXANI-CEJUV.

SIEMPRO, Banco Mundial, SEDESOL, UNESCO, (1999). *Gestión integral de programas sociales orientada a resultados. Manual metodológico para la planificación y evaluación de programas sociales.* México, D.F. : Fondo de cultura económico de Argentina S.A.

B) Bibliografía de lengua extranjera

Feuerstein, M.T. (1996). *Prtners in Evaluation*. Hong Kong. MacMillan.

C) Bibliografía complementaria y de apoyo

Blake, O. J., Bronstein, D., Kort G., Leoni, N., Provenzano, C., Szvarc, R. y Vazquez, M. (2001). Diseño educativo. Un camino para responder a las necesidades de formación. Buenos Aires, Argentina. Macchi grupo editor S.A.

X. Perfil deseable del docente

Profesionista con conocimientos sobre educación, sociología y planeación y evaluación de proyectos educativos.

XI. Actualización de la Carta Descriptiva

Responsable del Departamento: Mtro. Ramón Chavira Chavira

Coordinador/a del programa: Mtra. Claudia Corina Urista Artolozaga

Fecha de elaboración: 17 Nov. 2008

Elaboró: Academia de Gestión escolar y educación superior

Fecha de rediseño: 8 de mayo del 2010

Rediseño: Gestión escolar y Educación superior

ANEXO 4. Relatoría del Taller: ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA.

Fecha: Miércoles 13 de Noviembre de 2013
Lugar: Infoteca de la Universidad Autónoma de Coahuila. Torreón.

Participantes:

CFE.	S. Rodolfo Alcala Moya. (Representante).
SEGU.	Representante.
Aeropuerto Torreón.	C.P. Angel de La Campa
Museos.	Red Estatal de Museos
UAdeC.	Representante

Desarrollo del Taller

Después de analizar los principales factores que influyen en la competitividad del Destino Turístico, en éste caso, la Ciudad de Torreón, se procedió a enfocar al grupo sólo en el Factor “Oferta Turística” con los siguientes:

Objetivos:

- Establecer el análisis FODA del Factor

- Proponer en su caso estrategias y líneas de acción.

Conclusiones:

Fortalezas

1. El Destino Turístico de Torreón es el que cuenta con mayor número de vuelos nacionales e internacionales en Coahuila.
2. En base al Plan de Desarrollo Turístico Municipal de elaboraron programas para reactivar el turismo, que permiten la competitividad del destino turístico de Torreón.
3. Se cuenta con una infraestructura terrestre y área buena para brindar este servicio turístico al municipio.
4. Las tarifas hoteleras están en competitividad con otros destinos y ofrecen buena calidad en sus servicios.

Oportunidades

- Se colocaron módulos de información distribuidos en puntos estratégicos de la ciudad para el visitante.
- Se renuevan constantemente los servicios de apoyo al turista.
- Lograr una integración funcional de la vialidad y los servicios.
- Actualizar los programas de vialidad y transporte.
- Tomar en cuenta lo establecido por el Reglamento de Asentamientos humanos, Desarrollo Urbano y Construcciones para el Municipio.
- Detonar el proyecto del Centro de Convenciones y Empresas de Torreón.

Debilidades

- Deficiente la calidad del servicio público
- Falta de mejoras en los espacios públicos como plazas y parques.
- Necesidad de establecer una imagen urbana congruente en el Centro Histórico.
- Mejorar el paseo peatonal Rio Nazas.
- Mayor interés por parte de las autoridades y empresas dedicadas al turismo para mejorar la accesibilidad e infraestructura que cuenta Torreón actualmente, entre ellas a personas con discapacidad.

Amenazas

- El crecimiento caótico del transporte público en el municipio es deficiente para prestar un servicio de calidad.
- Un tercio de la población se queja de la falta de servicios públicos urbanos y de espacios comunitarios.
- Mejorar la calidad del agua y tener mejores rutas de transporte.
- Mejorar el índice de inseguridad que hay en las reservas naturales.

Estrategias propuestas:

Estrategia 1.- Ofertar mayor cantidad de vuelos a destinos populares buscados desde la ciudad de Torreón.

Estrategia 2.- Incluir en los programas de difusión de información turística, información adicional sobre la infraestructura terrestre y aérea de la región que facilita el acceso a la misma.

Estrategia 3.- Promover mejores servicios de transporte público.

Estrategia 4.- Apoyar los programas de difusión de información turística con los que se cuenta actualmente y generar nuevos programas que incentiven la curiosidad de la población para visitar los puntos turísticos de la localidad.

Estrategia 5.- Atender a las necesidades de imagen y funcionalidad de sitios públicos de la ciudad, turísticos y no turísticos, y promover la inversión en la infraestructura de apoyo al turismo

ANEXO 5. Relatoría del Taller: SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA

Fecha: Miércoles 13 de Noviembre de 2013
Lugar: Infoteca de la Universidad Autónoma de Coahuila. Torreón.

Participantes:

Policía Municipal.	Representante.
Servicios Primarios.	Representante.
SECULT.	Maestro Gerardo Moscoso.
UAdeC	Representante.

Desarrollo del Taller

Después de analizar los principales factores que influyen en la competitividad del Destino Turístico, en éste caso, la Ciudad de Torreón, se procedió a enfocar al grupo sólo en el Factor “Oferta Turística” con los siguientes:

Objetivos:

 Establecer el análisis FODA del Factor

 Proponer en su caso estrategias y líneas de acción.

Conclusiones:

Fortalezas

- Participación activa de las empresas del sector turístico para los residuos sólidos.
- Torreón cuenta con una buena cobertura a nivel público y privado en hospitales y clínicas de salud.
- Programas estatales y municipales para el manejo de residuos peligrosos en operación.

Oportunidades

- Aumentar el porcentaje de recolección y reciclado en los residuos sólidos con los nuevos programas del municipio y escuelas.
- Creación de nuevos Centros de Salud, como la clínica de labio leporino, próxima a abrir.
- Desarrollar programas contra la delincuencia acordes al municipio.
- Promover la inversión pública y privada en proyectos estratégicos de la región, para el turismo.

Debilidades

- No es suficiente la seguridad en los sitios públicos y turísticos, principalmente en el Centro Histórico.
- Alta a tasa de delitos cometidos que no son denunciados.
- Falta capacitación y aumento de la policía municipal.
- Falta de atención en clínicas del sector salud.
- Necesidad de consolidar y promover la cartera de proyectos de inversión y negocios turísticos en la región.

Amenazas

- El nivel de inseguridad en Torreón sigue estando por encima de los niveles estándar nacionales.
- Hay un déficit de elementos policíacos en relación a la población
- Es necesario aumentar la difusión por medio de campañas y medios para potencializar el sector turístico de Torreón.

Estrategias propuestas:

Estrategia 1.- Fomentar el sano esparcimiento y el dinamismo económico brindando seguridad y confianza a la ciudadanía

Estrategia 2.- Garantizar las medidas y acciones destinadas a la prevención, auxilio y recuperación de la población en protección civil.

Estrategia 3.- Fortalecer la cohesión social mediante la cultura y el deporte.

Estrategia 4.- Eficientar los servicios de salud pública existentes.

ANEXO 6. Relatoría del Taller: FACTOR PROMOCION Y COMERCIALIZACION

Fecha: miércoles 13 de noviembre 2013
Lugar: Infoteca Universidad Autónoma de Coahuila
Participantes:

12. CANIRAC SERVITUR. 3 personas de la Cámara
13. Dirección de Turismo Municipal 2 personas
14. Oficina de Convenciones y visitantes 2 personas
15. CANACINTRA. 2 personas
16. CANIRAC TORREON 2 personas
17. Administrador del Cristo de las Noas, Padre Tenorio
18. Universidad Autónoma del Noreste Campus Torreón, 1 docente y 2 estudiantes
19. Tour Operadores. Convocados por OCV
20. Aeropuerto Torreón. C.P. Angel de La Campa.

Desarrollo del Taller

Después de analizar la situación de la promoción turística en Torreón, Coahuila, y los objetivos de la Agendad de Competitividad revisada en la mesa el grupo se orientó al Factor: Promoción y Comercialización Turística, tratando los puntos:

Objetivos:

 Establecer el análisis FODA del Factor

 Proponer en su caso estrategias y líneas de acción.

Conclusiones:

- Torreón cuenta con un proceso para tratar el 99.9 % de aguas residuales.
- Cobertura del 80% de agua potable.
- Se cuenta con rutas establecidas para el desecho sólido.
- Hay programas implementados como: “Puntos Limpios” y “Puntos Verdes”.
- El Municipio cuenta con un reglamento que regula y resguarda el patrimonio con el que cuenta.
- Se ha decretado por parte del Gobierno Estatal el Ordenamiento Ecológico 2011-2017.
- Realización del Programa “ProAire de la Comarca Lagunera”

Oportunidades

- Incrementar el turismo de placer y ecoturismo.
- Desarrollar programas como el de productos turísticos emblemáticos “Joyas de Coahuila” en la región.
- Aprovechar los recursos naturales y sitios de interés como el Cristo de las Noas para impulsar el turismo foráneo.
- En Torreón como en otros destinos el uso de redes sociales y páginas del sitio, deben aprovecharse para la difusión y comercialización de los productos y servicios turísticos

Debilidades

- Falta mayor Capacitación y certificación de agencias de viajes mayoristas con personal adecuado.
- Falta de promoción y comercialización de los productos y servicios turísticos del municipio y sus alrededores.

- Escasa información turística oportuna por medio de campañas y difusión al visitante de los eventos a realizarse con anticipación.
- Falta de promoción de las políticas de incentivos para el sector turístico.

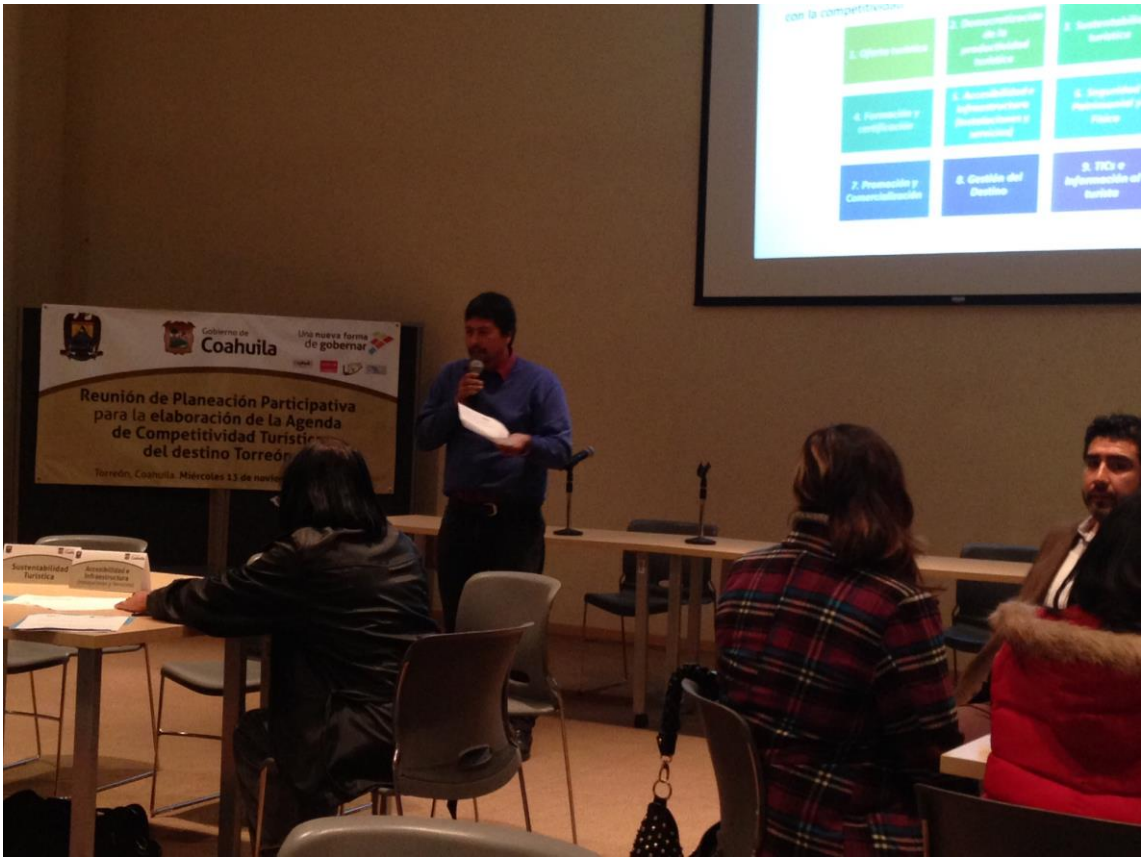
Amenazas

- Debido a la inseguridad y a la prevención de visitar la frontera norte por parte de los Estados Unidos, el turismo de placer y aventura se ha visto mermado.
- El mal manejo de las redes sociales también provoca desestimar a Torreón como destino turístico por la inseguridad.

Proponer en su caso estrategias y líneas de acción

- Establecer programas operativos conjuntos entre la Oficina de Convenciones y Visitantes de Torreón, el Municipio y el Estado, para realizar acciones de promoción y comercialización del destino
- Impulsar la elaboración y ejecución de programas de mercadotecnia, promoción y comercialización turística de Torreón y su zona de influencia
- Establecer acciones de Marketing Digital para crear, ejecutar y dar seguimiento a las estrategias, aprovechando el entorno comercial y de marketing para atraer tráfico e información.
- Utilizar las herramientas de marketing digital para proyectar al destin en Página Web 2.0, App móvil, Widget, Redes Sociales, Códigos QR, Videojuegos, Tour Virtual, Realidad Aumentada.
- Posicionar Torreón en los medios nacionales e internacionales, como destino turístico de negocios, reuniones y convenciones, turismo deportivo, cultural, ecoturismo y de aventura.
- Difundir las opciones que ofrece Torreón para: turismo de naturaleza; rural, ecoturismo, de ventura, deportivo, religioso, gastronómico, entre otros a través de campañas publicitarias en medios especializados y seleccionados.
- Realizar campañas publicitarias para promover los atractivos tangibles e intangibles existentes promoviendo la identidad social y cultural del Destino.
- Constituir bancos de imágenes organizados por tema para comunicar mensajes homogéneos orientados a posicionar a Torreón, mediante diversos instrumentos de comunicación

- Desarrollar programa de promoción mixta entre el Estado, el Municipio y el sector privado.
- Considera como la inteligencia de mercado como base de la promoción orientada a motivar e inspirar a tomar la desición de visitar, Coahuila. Contribuya a la planificación del viaje. Informe sobre las opciones de reserva y productos y operadores. Oriente a los turistas durante su viaje de manera que con este ciclo se sientan satisfechos con el deseo de regresar y recomendar el destino Torreón
- Fortalecer la promoción y comercialización turística
- Promoción de los atractivos



ANEXO 7. Relatoría del Taller: FACTOR PROMOCION Y COMERCIALIZACION

Fecha: miércoles 13 de noviembre 2013
Lugar: Infoteca Universidad Autónoma de Coahuila
Participantes:

1. CANIRAC SERVITUR. 3 personas de la Cámara
2. Dirección de Turismo Municipal 2 personas
3. Oficina de Convenciones y visitantes 2 personas
4. CANACINTRA. 2 personas
5. CANIRAC TORREON 2 personas
6. Administrador del Cristo de las Noas, Padre Tenorio
7. Universidad Autónoma del Noreste Campus Torreón, 1 docente y 2 estudiantes
8. Tour Operadores. Convocados por OCV
9. Aeropuerto Torreón. C.P. Angel de La Campa.

Desarrollo del Taller

Después de analizar la situación de la promoción turística en Torreón, Coahuila, y los objetivos de la Agendad de Competitividad revisada en la mesa el grupo se orientó al Factor: Promoción y Comercialización Turística, tratando los puntos:

Objetivos:

- Establecer el análisis FODA del Factor

- Proponer en su caso estrategias y líneas de acción.

Conclusiones:

- Torreón cuenta con un proceso para tratar el 99.9 % de aguas residuales.
- Cobertura del 80% de agua potable.
- Se cuenta con rutas establecidas para el desecho sólido.
- Hay programas implementados como: “Puntos Limpios” y “Puntos Verdes”.

- El Municipio cuenta con un reglamento que regula y resguarda el patrimonio con el que cuenta.
- Se ha decretado por parte del Gobierno Estatal el Ordenamiento Ecológico 2011-2017.
- Realización del Programa “ProAire de la Comarca Lagunera”

Oportunidades

- Incrementar el turismo de placer y ecoturismo.
- Desarrollar programas como el de productos turísticos emblemáticos “Joyas de Coahuila” en la región.
- Aprovechar los recursos naturales y sitios de interés como el Cristo de las Noas para impulsar el turismo foráneo.
- En Torreón como en otros destinos el uso de redes sociales y páginas del sitio, deben aprovecharse para la difusión y comercialización de los productos y servicios turísticos

Debilidades

- Falta mayor Capacitación y certificación de agencias de viajes mayoristas con personal adecuado.
- Falta de promoción y comercialización de los productos y servicios turísticos del municipio y sus alrededores.
- Escasa información turística oportuna por medio de campañas y difusión al visitante de los eventos a realizarse con anticipación.
- Falta de promoción de las políticas de incentivos para el sector turístico.

Amenazas

- Debido a la inseguridad y a la prevención de visitar la frontera norte por parte de los Estados Unidos, el turismo de placer y aventura se ha visto mermado.
- El mal manejo de las redes sociales también provoca desestimar a Torreón como destino turístico por la inseguridad.

Proponer en su caso estrategias y líneas de acción

- Establecer programas operativos conjuntos entre la Oficina de Convenciones y Visitantes de Torreón, el Municipio y el Estado, para realizar acciones de promoción y comercialización del destino
- Impulsar la elaboración y ejecución de programas de mercadotecnia, promoción y comercialización turística de Torreón y su zona de influencia
- Establecer acciones de Marketing Digital para crear, ejecutar y dar seguimiento a las estrategias, aprovechando el entorno comercial y de marketing para atraer tráfico e información.
- Utilizar las herramientas de marketing digital para proyectar al destin en Página Web 2.0, App móvil, Widget, Redes Sociales, Códigos QR, Videojuegos, Tour Virtual, Realidad Aumentada.
- Posicionar Torreón en los medios nacionales e internacionales, como destino turístico de negocios, reuniones y convenciones, turismo deportivo, cultural, ecoturismo y de aventura.
- Difundir las opciones que ofrece Torreón para: turismo de naturaleza; rural, ecoturismo, de ventura, deportivo, religioso, gastronómico, entre otros a través de campañas publicitarias en medios especializados y seleccionados.
- Realizar campañas publicitarias para promover los atractivos tangibles e intangibles existentes promoviendo la identidad social y cultural del Destino.
- Constituir bancos de imágenes organizados por tema para comunicar mensajes homogéneos orientados a posicionar a Torreón, mediante diversos instrumentos de comunicación
- Desarrollar programa de promoción mixta entre el Estado, el Municipio y el sector privado.
- Considera como la inteligencia de mercado como base de la promoción orientada a motivar e inspirar a tomar la decisión de visitar, Coahuila. Contribuya a la planificación del viaje. Informe sobre las opciones de reserva y productos y operadores. Oriente a los turistas durante su viaje de manera que con este ciclo se sientan satisfechos con el deseo de regresar y recomendar el destino Torreón
- Fortalecer la promoción y comercialización turística
- Promoción de los atractivos

ANEXO 8. Relatoría del Taller: Gestión de Destino

Fecha: miércoles 13 de noviembre 2013

Lugar: Infoteca Universidad Autónoma de Coahuila Unidad Torreón

Participantes:

45 expertos: 5 representantes de las principales cámaras y asociaciones (CANIRAC, Asociación de Hoteleros, CANACOCANACINTRA CMIC); 30 representantes de entidades públicas estatales y federales, 10 prestadores de servicios turísticos, 3 Académicos (UADEC, UANE) y 3 Representantes de ONG's.

Desarrollo del Taller:

Consistió en la realización de una mesa de trabajo para estructurar un análisis FODA consistente para reflejar las principales áreas de oportunidad en tema de Gestión de Destino.

Objetivos:

 Establecer el análisis FODA del Factor definiendo objetivos.

 Proponer en su caso estrategias y líneas de acción.

Conclusiones:

Fortalezas

- El Municipio de Torreón cuenta con la Dirección de Turismo Municipal.
- Los tres niveles de gobierno están permanentemente en coordinación para programas y planes que favorezcan al turismo en Torreón.
- Participación activa de las cámaras locales como: CANACO, CONACOPE, CANIRAC y CONACINTRA.
- Proyecto aprobado de Ordenamiento Ecológico del Territorio.
- Torreón cuenta con un Reglamento Interior del Ayuntamiento, para el desarrollo del comercio, turismo y fomento económico de la ciudad.

- Se cuenta con varios eventos turísticos como la Feria del Algodón que atrae a muchos turistas locales y foráneos.

Oportunidades

- Fonatur Estatal, Sectur y Municipio cuentan con una serie de programas para el beneficio y desarrollo del turismo en Torreón.
- Llevar a cabo los programas y planes convenidos por empresarios del sector turístico con los tres niveles de gobierno.
- Realizar el intercambio y desarrollo de productos convenidos con el estado de Durango para proyectos turísticos.
- Mantener la Política Nacional de Turismo para los programas federales de competitividad y desarrollo en el municipio.
- Programa de las empresas “Punto Limpio” en conjunto con Sectur, lograron certificar a 192 empresas, continuar el programa.
- Aprovechar que Torreón se cuenta como principal destino en la región Laguna.

Debilidades

- Necesidad de detectar zonas de mayor riesgo y problemática ambiental.
- Necesidad de que se cumplan los requisitos aprobados del Ordenamiento Ecológico Ambiental en Torreón.
- Necesidad de Impulsar la sustentabilidad del sector turístico en la región.
- Alto índice de comercio ambulante.
- Débil la oferta complementaria de alimentos, y bebidas, agencias de viajes, transportes, etc. además de que requieren mejoras y calidad.

Amenazas

- Constante riesgo y aumento del comercio ambulante sobretodo en la zona del Centro Histórico.
- La falta de infraestructura y servicios al turista han sido durante muchos años los puntos negativos para detonar la actividad.
- Proyectos que no se han llevado a cabo no llamando a la inversión.

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

PROYECTOS CONSIDERADOS EN LA MATRIZ DE PROYECTOS PRIORITARIOS EN LA AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE TORREON.

La formulación de Proyectos Turísticos prioritarios tiene la finalidad de aprovechar y poner en valor los atractivos históricos, culturales y naturales que se encuentran en la zona de estudio y que se ha convertido en atractivos que motivan en la actividad turística.

En el portafolio que se presenta, se describen los proyectos turísticos para detonar la actividad turística de Torreón y posicionarlo en el mediano plazo como destino turístico; se derivan del conjunto de estrategias planteadas en la Agenda de Competitividad de Torreón y se complementan entre sí con la finalidad de ofrecer al visitante, producto turísticos integrados que permitan el logro de una experiencia turística placentera que lo haga disfrutar, recomendar y regresar a esta bella Ciudad.

Se considera como proyecto prioritario aquel que por su rico contenido turístico y características de operación, constituye un atractivo capaz de atraer un mayor flujo de visitantes y crear condiciones favorables para canalizar nuevas inversiones en el sector turístico, con el consecuente incremento en el empleo, la protección del capital natural y cultural.

La prioridad de éstos, se estableció en concordancia con "la Guía para la Conformación de Proyectos de Inversión de las Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos", cabe hacer mención que por los criterios empleados por el Estado en la selección de los que se incluyen en esta ocasión, el orden que seguirá para su atención de 2015 a 2017 se hará de acuerdo a los techos financieros que se asignen.

1.- CENTRO DE CONVENCIONES.

PROYECTO 1. CENTRO DE CONVENCIONES	
DESCRIPCIÓN	El proyecto del Centro de Convenciones se fundamenta en la existencia de un segmento de negocios amplio, el cual se puede aprovechar para el desarrollo de un proyecto de alta magnitud como el Parque Tangamanga. Las actividades a realizar en el sitio son, entre otras: convenciones, eventos académicos, exposiciones, muestras, cursos, eventos culturales y actividades recreativas. Se pretende desarrollar espacios pequeños, privados y otros que sean aptos para eventos masivos.
LOCALIZACIÓN	Al poniente de la ciudad de Torreón en el municipio del mismo nombre. Sobre uno de los mejores accesos terrestres de la localidad como es el Periférico que lo conecta rápidamente con el centro de la ciudad, con plazas comerciales importantes y el aeropuerto Francisco Sarabia.
PRODUCTO	El Centro de Convenciones, por si solo ya es un producto turístico enfocado al segmento de turismo de reuniones y convenciones. Este centro servirá para llevar a cabo exposiciones profesionales, ferias de consumo, congresos, seminarios, conferencias, eventos académicos, o deportivos, entre otros.
MERCADO	Participantes en el turismo del sector cultural y de negocios.
FACTIBILIDAD	Actualmente se cuenta con los medios físicos para poder construir el Centro, además de la promesa de facilidades por parte de la administración Municipal para su realización, el compromiso de financiamiento de parte de las tres instancias de gobierno y la demanda que amerita la construcción del Centro para dar servicio a congresos y convenciones que fomenten el turismo.
PROBLEMAS A RESOLVER	Asegurar la agenda de eventos en el Centro de Convenciones que garantice la productividad económica del mismo.
ACCIONES A REALIZAR	Incentivar la agenda de eventos en el Centro de Convenciones con incentivos en precios de renta y garantía de servicios que permitan asegurar una agenda anual de eventos completa para el Centro.
METAS	Lograr que el Centro de Convenciones genere derrama económica de 182MDP el primer año y de 238MDP para el segundo año
AGENTES INVOLUCRADOS	Gobierno Federal, Gobierno del Estado, Gobierno Municipal e Iniciativa Privada.
MONTO	350 millones de pesos, mezcla de recursos de los gobiernos federal, estatal y municipal, así como de iniciativa privada.

Torreón es un destino privilegiado para el turismo con una serie de necesidades esenciales para ofrecer un mejor servicio, una de éstas es tener un Centro de Convenciones en donde se pueda llevar a cabo eventos de manera simultánea acorde a las exigencias de los diferentes usuarios, que lo demandan, empresarios, gobierno y público en general.

El proyecto es un espacio en el que se pueden desarrollar eventos empresariales, académicos, comerciales, o deportivos: de alcance regional, nacional e internacional. Adicionalmente se propone la construcción de una Pantalla IMAX.

Ubicación: Al poniente de la ciudad de Torreón en el municipio del mismo nombre. Sobre uno de los mejores accesos terrestres de la localidad como es el Periférico que lo conecta rápidamente con el centro de la ciudad, con plazas comerciales importantes y el aeropuerto Francisco Sarabia.

Por su ubicación es de fácil acceso a vialidades, cercanía con la zona hotelera, cercanía con el aeropuerto, zona comercial y atractivos turísticos.

PLANO DE UBICACIÓN.

PANARONAMICA DEL PROYECTO CONSTRUIDO Y FUNCIONANDO.

PLANO DEL PROYECTO.

Su costo de acuerdo a lo proyectado es aproximadamente de $ 350.00 millones de pesos, salvo cambios futuros en el material. Sus ingresos para considerarlo un proyecto rentable es por el cobro de las actividades descritas, esta inversión total es una mezcla de recursos de los gobiernos federal, estatal y municipal e iniciativa privada.

Para poder edificar este centro de convenciones se eligió un punto adecuado para el traslado de los visitantes, de tal forma que la factibilidad del proyecto es su ubicación, aspecto y requerimiento importante para el éxito del mismo en el mediano y largo plazo.

Financiamiento 100% Federal.

El beneficio es principalmente con la SOCIEDAD LAGUNERA.

Sector Laboral

Restaurantes, agencias de viajes, organizadores de eventos, comercio, renta de muebles, aerolíneas, hotelería, transportes, medios publicitarios, centros sociales, empresas, etc.

Derrama económica.

PRIMER AÑO	**SEGUNDO AÑO**
$**182** mdp	$**238** mdp

PARTICIPACIÓN DE LA INICIATIVA PRIVADA:

Con la incorporación de empresas al CCE (Centro de Convenciones y Exposiciones) se da forma a un “proyecto ciudad”. Por su carácter empresarial, Torreón requiere de un espacio en el que se puedan desarrollar eventos empresariales, académicos, comerciales o deportivos; de alcance regional, nacional e internacional. El promocionar a Torreón como sede de distintos eventos, facilitará su posicionamiento en el aspecto turístico, a la vez que se promueven los diferentes atractivos con los que contará.

PROPUESTA:

20,000 m2 TERRENO

10,000 m2 CONSTRUCCIÓN

5,420 m2 ESPACIO PARA EVENTOS

Derrama económica en la Ciudad

De acuerdo con el estudio de factibilidad realizado:

- Un visitante a este tipo de lugares genera una derrama baja promedio de aproximadamente $ 15,000 pesos en una estadía de 3.5 días.
- 50 empresarios generan 50 eventos por año, con 400 visitantes cada uno más 20,000 visitantes adicionales a los actuales
- 20,000 visitantes x $15,000 pesos promedio es un total de $300´000,000 la derrama económica. Esto es igual a la apertura de 12 empresas por año con 3,570 empleados, con un sueldo de 7,000.

Mercado objetivo

El turismo del segmento cultural, así como el de negocios serán los beneficiados con el proyecto.

2.- PLAZA MAYOR DE TORREÓN, PASEO TURÍSTICO.

PROYECTO 2. PLAZA MAYOR DE TORREÓN, PASEO TURÍSTICO	
DESCRIPCIÓN	Este proyecto consiste en contribuir al mejoramiento urbano del Centro Histórico, permitiendo una mayor accesibilidad, a través del rediseño de los canales de suministro de servicios básicos, y contribuyendo a un incremento en el flujo del turismo urbano. Además permitirá potencializando la calidad de las actividades culturales, recreativas, de comercio y de otros temas que se realicen en la zona.
LOCALIZACIÓN	En el corazón del Centro Histórico de Torreón y en el área comercial en las calles de calles de Morelos Matamoros, Allende, Obregón y en las laterales de Galeana y Ramón Corona, zona con el mayor reconocimiento de la ciudadanía local.
PRODUCTO	Esta obra formará parte de diversos recorridos por el Centro Histórico de la ciudad, además de que servirá como escenario para la presentación de espectáculos artísticos-culturales y recorridos de leyendas nocturnos, fomentando la pernoctación de los visitantes.
MERCADO	Turistas en general y habitantes de la Ciudad de Torreón.
FACTIBILIDAD	Es posible realizar el proyecto mediante el aseguramiento de los medios financieros, legales y administrativos para su puesta en marcha con la colaboración de las administraciones Municipal y Estatal.
PROBLEMAS A RESOLVER	Mejorar la deteriorada imagen del centro histórico de la ciudad de Torreón.
ACCIONES A REALIZAR	Remodelación de la plaza mediante diversas obras y regulación de la publicidad e imagen de comercios ubicados en las zonas aledañas a la plaza.
METAS	Obtener al menos 70,000 visitas anuales.
AGENTES INVOLUCRADOS	Gobierno Federal, Gobierno del Estado, Gobierno Municipal e Iniciativa Privada.
MONTO	20 millones de pesos, mezcla de recursos de los gobiernos federal, estatal y municipal, así como de iniciativa privada.

La Plaza Mayor fue construida por el Gobierno del Estado para mejorar la imagen urbana del primer cuadro de la Ciudad, abarca una superficie de más de 2.8 hectáreas, se ubica en el corazón del Centro Histórico de Torreón y en el área comercial en las calles de calles de Morelos Matamoros, Allende, Obregón

y en las laterales de Galeana y Ramón Corona, zona con el mayor reconocimiento de la ciudadanía local.

Las obras programadas contemplan:

- La subterranización de servicios para despejar el área (el alumbrado de la Plaza es subterráneo).
- Banquetas, cunetas y calles con materiales que las integren al piso de la Plaza con la finalidad de que en calendarios y eventos específicos se utilicen como peatonales.
- Crecimientos de las banquetas para un tráfico peatonal cómodo.
- Forestación con palmas de la región, para integrar el corredor a la línea verde que existe en la avenida Morelos.
- Construcción de elementos (arcos en forma de grapa acompañados de palmas) que enmarquen e integren el área a los edificios colindantes lo cual ayudará a su delimitación y por el lado de los edificios se generará un ambiente comercial.

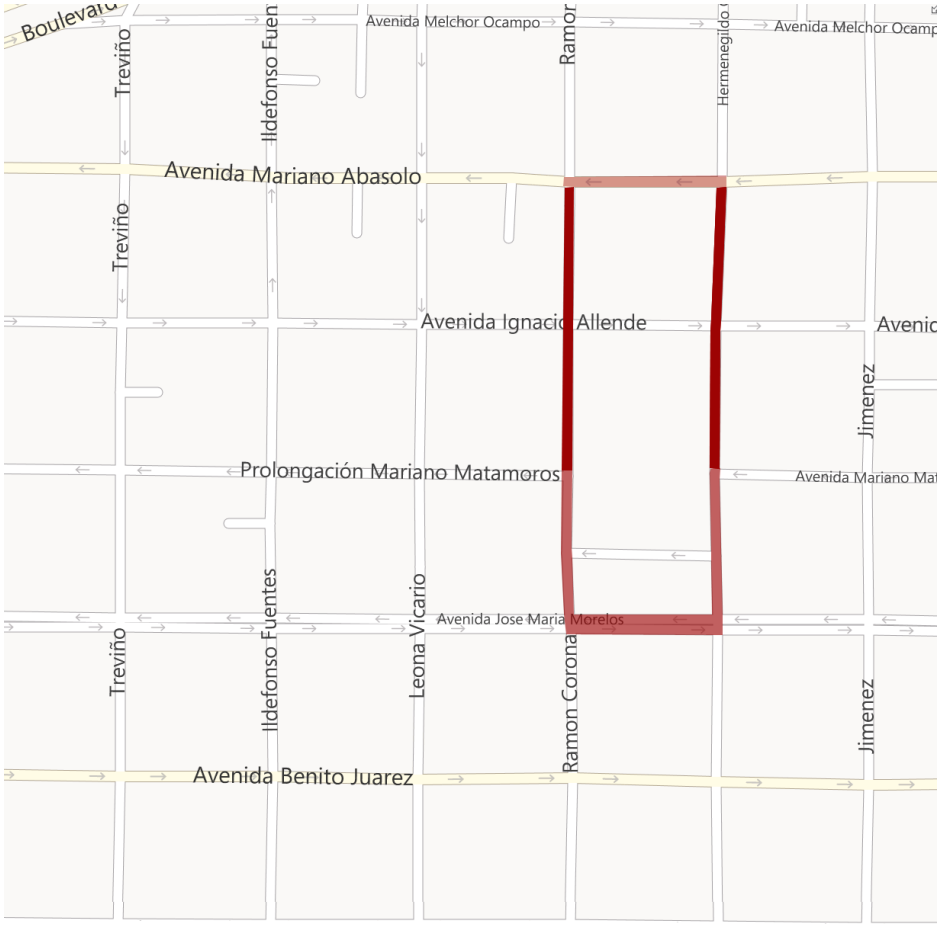
Dentro de la Gran Plaza se proyectan las siguientes obras:

- Andadores forestados.
- Fuentes Danzarinas con sistema electrónico formado por chorros divididos en grupos por cada uno de los espejos de agua funcionando de manera independiente e interactuando entre ellos a distintas alturas e iluminados, generando efectos artísticos, incorporando módulos de pulverización formados por calderones u otros elementos, divididos en grupos ubicados estratégicamente en los estanques, funcionando de manera independiente e interactuando entre ellos. Equipo de sonido de alta potencia para intemperie.

Inversión pública requerida de $20.00 millones de pesos.
Financiamiento: Federal, Estatal y Municipal

El turismo en general que visite la Ciudad y los torreonenses se verán beneficiados con el proyecto, con el cual se espera lograr el rescate de un área que forma parte de la tradición e historia de la localidad, en la que se concentran buena parte de los atractivos culturales. En este sentido, se verá beneficiado el turismo para todos, con lo cual se espera tener más de 132,000 visitantes anuales.

Croquis de ubicación en la Ciudad



El Centro Histórico de Torreón, es una zona que presenta graves problemas de deterioro de sus inmuebles y del espacio público debido en gran parte al abandono, que deriva en una imagen urbana desordenada y poco atractiva, a pesar de que se trata de la parte antigua de la Ciudad, y en la que se localizan importantes equipamientos culturales, así como lo más representativo de su

patrimonio histórico-arquitectónico. Por lo anterior, es prioritario implementar las acciones y proyectos que propicien el mejoramiento del espacio público.

Antes

Después

Antes

Después

Objetivo:

Mercado objetivo

El segmento de turismo para todos quienes visiten la Ciudad, y el sector de excursionismo local se verán beneficiados con el proyecto.

3.-PROYECTO DEL CENTRO TURÍSTICO RELIGIOSO "JERUSALÉN" (CRISTO DE LAS NOAS).

PROYECTO 3. PROYECTO DEL CENTRO TURÍSTICO RELIGIOSO "JERUSALÉN" (CRISTO DE LAS NOAS)	
DESCRIPCIÓN	El Centro Turístico Religioso Nueva Jerusalén de Torreón, es un proyecto mediante el cual se propone aprovechar el complejo religioso existente en el Cerro de las Noas. La propuesta de ampliación y mejoramiento del actual complejo religioso para convertirlo en un atractivo destacado a nivel regional y nacional, considera la construcción de diversas instalaciones y realización de acciones como la construcción de 22 capillas ubicadas a lo largo del camino hacia el centro turístico.
LOCALIZACIÓN	Se localiza al sureste de la ciudad de Torreón en la cima del cerro de las Noas, con acceso por la calle ¨De los Misterios¨.
PRODUCTO	Esta obra además de representar un producto turístico por sí solo, podrá aprovecharse para enriquecer diferentes recorridos – rutas en torno al turismo religioso y cultural, así como también podrá fungir como escenario para presentaciones artísticas-culturales y diversas manifestaciones religiosas.
MERCADO	Interesados en el turismo religioso.
FACTIBILIDAD	Por el nicho de mercado que pretende explotar y la oferta única en la nación del tipo religioso que ofrece el complejo, si es posible asegurar el financiamiento para su desarrollo, es un proyecto altamente realizable por la alta rentabilidad que promete.
PROBLEMAS A RESOLVER	No se cuenta con el financiamiento para la construcción y mejoramiento del complejo.
ACCIONES A REALIZAR	Incentivar la inversión en el proyecto por parte de la iniciativa privada y los tres niveles de gobierno, mediante la promoción del proyecto con una presentación atractiva que puntualice la alta rentabilidad que promete por ser único en su tipo a nivel nacional.
METAS	Asegurar el financiamiento para la construcción del complejo e iniciar el desarrollo del mismo antes que termine el año 2014.
AGENTES INVOLUCRADOS	Gobierno Federal, Gobierno del Estado y Gobierno Municipal.
MONTO	85 millones de pesos, mezcla de recursos de los gobiernos federal, estatal y municipal.

Ubicación: Se localiza al sureste de la ciudad de Torreón en la cima del cerro de las Noas, con acceso por la calle ¨De los Misterios¨.

PLANO DE UBICACIÓN

El Cristo de las Noas un atractivo turístico por tradición importante para la ciudad de Torreón que requiere de ampliaciones en su construcción frecuentemente como es el caso de las inversiones que se proponen como áreas de hospedaje, zona comercial, jardines, zona de servicios funerarios y nichos, así como mejoramiento de la fachada del templo, proyecto de iluminación del Cristo de las Noas, mejoramiento de escalinata, señalización.

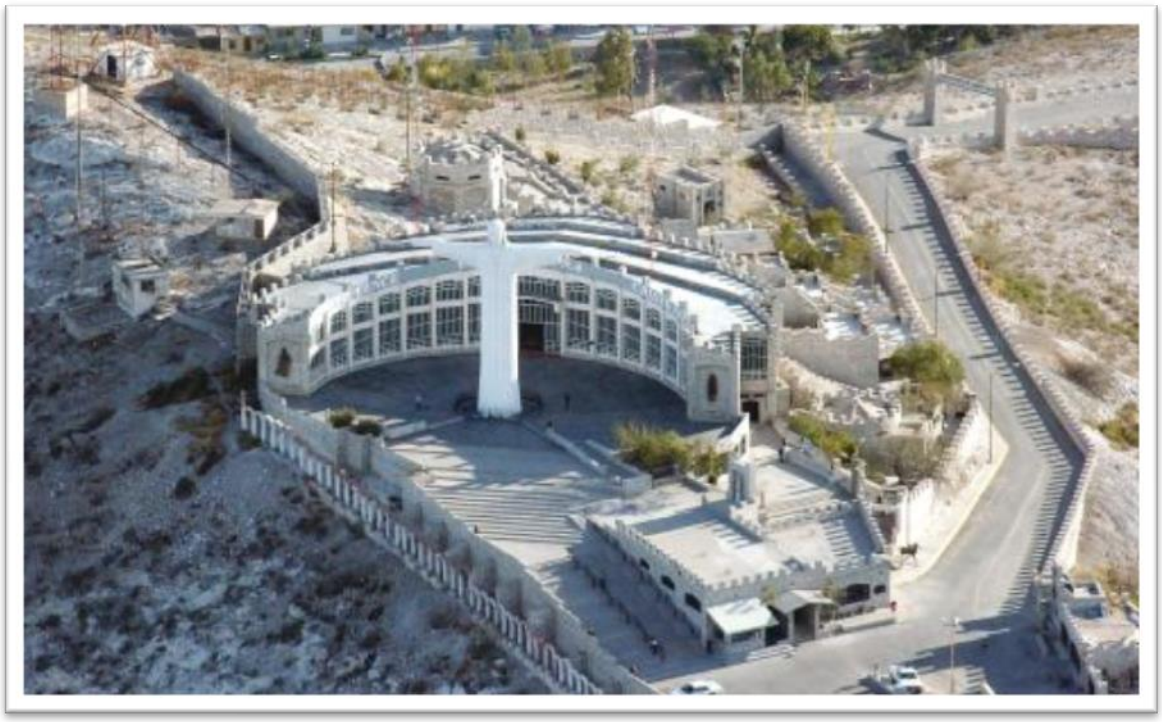
Es un Proyecto integral que comprende dos tipos de inversión como la construcción de un Teleférico que sumados arrojan una inversión aproximada de $ 185.00 millones de pesos de los cuales $85.00 están destinados para el mejoramiento de El Cristo de las Noas y $100.00 para la construcción del teleférico.

La rentabilidad financiera de estos dos proyectos de atractivo turístico para Torreón, será generada por ingresos por los siguientes conceptos: Tarifas por el albergue, alquiler de salón de usos múltiples, la renta de locales comerciales, la

venta de paquetes de servicios funerarios, la venta promedio en el restaurante, las tarifas por visitas guiadas, las tarifas de estacionamiento.

Se busca que inviertan las siguientes fuentes de recursos Gobierno Federal, Estatal, Municipal e iniciativa privada.

La llegada de los turistas es en dos formas pero de fácil acceso, ya sea a pie por la parte frontal del Cerro o bien en automóvil.



PLANO DE DISTRIBUCIÓN

Objetivo:

Este proyecto pretende una ampliación de las instalaciones existentes en un sitio geográfico por demás adecuado y transitado, que representa para Torreón una magnífica oportunidad de atraer un mayor número de visitantes durante el año.

El Complejo Turístico Religioso Nueva Jerusalén de Torreón, es un proyecto mediante el cual se propone aprovechar el complejo religioso existente en el Cerro de las Noas, el cual es actualmente uno de los mayores atractivos de la Ciudad.

Las instalaciones que integran el complejo actualmente son el Santuario del Cristo Rey con su monumental imagen (Cristo de las Noas), réplicas de tierra santa como la Cueva de Belén, El Calvario, El Santo Sepulcro y la Ruta de Getsemaní, un restaurante mirador (en proceso de construcción) y fuente de sodas.

Adicionalmente se encuentran en construcción 22 capillas de estilo romano gótico, ubicadas a lo largo del camino hacia el complejo. La propuesta específica del proyecto es poder aprovechar el carácter único que tiene el complejo, debido a la reproducción de elementos de los lugares santos de Jerusalén, lo cual puede convertirla en un gran atractivo turístico para el segmento religioso y el turismo en general.

Las actividades a desarrollar son:

- Visitas guiadas en el complejo turístico religioso.
- Peregrinaciones.
- Servicios funerarios.

Mercado objetivo

El turismo religioso que forma parte del segmento cultural, será el principal beneficiado con este proyecto.

Se proyecta una inversión de $85 millones de pesos con financiamiento: Federal, Estatal y Municipal.

4.- PROYECTO CONSTRUCCIÓN DEL TELEFÉRICO EN EL CERRO DEL CRISTO DE LAS NOAS.

PROYECTO 4. PROYECTO CONSTRUCCIÓN DEL TELEFÉRICO EN EL CERRO DEL CRISTO DE LAS NOAS	
DESCRIPCIÓN	Por sus dimensiones e importancia como atractivo se contempla la construcción de un Teleférico con dos estaciones de servicio, una en el Cerro de las Noas y la otra en la Antigua Estación del Ferrocarril. Dicho proyecto permitirá a los visitantes tener una vista del entorno de la ciudad de Torreón, sus límites con los municipios vecinos y los atractivos más importantes que se tienen en la ciudad. Dentro de las acciones más importantes se contemplan como se mencionó las dos estaciones para dar el servicio, el cableado de 600 metros aproximadamente y las cabinas para el traslado de los visitantes en el paseo turístico.
LOCALIZACIÓN	Se localiza al sureste de la ciudad de Torreón en la cima del cerro de las Noas, con acceso por la calle ¨De los Misterios¨.
PRODUCTO	Esta obra además de representar un producto turístico por sí solo, podrá aprovecharse para enriquecer diferentes recorridos – rutas en torno al turismo religioso y cultural, así como también podrá fungir como escenario para presentaciones artísticas-culturales y diversas manifestaciones religiosas.
MERCADO	Interesados en el turismo religioso.
FACTIBILIDAD	Por el nicho de mercado que pretende explotar y la oferta única en la nación del tipo religioso que ofrece el complejo, si es posible asegurar el financiamiento para su desarrollo, es un proyecto altamente realizable por la alta rentabilidad que promete.
PROBLEMAS A RESOLVER	No se cuenta con el financiamiento para la construcción y mejoramiento del complejo.
ACCIONES A REALIZAR	Incentivar la inversión en el proyecto por parte de la iniciativa privada y los tres niveles de gobierno, mediante la promoción del proyecto con una presentación atractiva que puntualice la alta rentabilidad que promete por ser único en su tipo a nivel nacional.
METAS	Asegurar el financiamiento para la construcción del complejo e iniciar el desarrollo del mismo antes que termine el año 2014.
AGENTES INVOLUCRADOS	Gobierno Federal, Gobierno del Estado y Gobierno Municipal.
MONTO	100 millones de pesos, mezcla de recursos de los gobiernos federal, estatal y municipal.

Es un Proyecto integral que en conjunto con el mejoramiento del Centro Turístico Religioso Jerusalén, en el cerro del Cristo de las Noas, comprende dos tipos de inversión, una de ellas es la construcción de un Teleférico.

Costo del Proyecto: Inversión aproximada de $ 185.00 millones de pesos de los cuales $85.00 están destinados para el mejoramiento de El Cristo de las Noas y $100.00 para la construcción del teleférico, con financiamiento Federal y Estatal

La rentabilidad financiera del teleférico de atractivos turísticos para Torreón será generada por ingresos del pasaje que transporte:

Imagen Objetivo

5.- CENTRO INTERACTIVO LALA - PEÑOLES – MODELO.

PROYECTO 5. CENTRO INTERACTIVO LALA – PEÑOLES – MODELO	
DESCRIPCIÓN	El Centro Interactivo Lala - Peñoles - Modelo es un proyecto destinado a atraer a los segmentos de turismo recreativo y cultural principalmente, ampliando el número de visitantes que se reciben. El proyecto se caracteriza por estar dedicado a las principales industrias de la ciudad representadas por LALA PEÑOLES y MODELO, involucrando directamente a dichas empresas en el proyecto. Su participación estaría determinada por el financiamiento que cada empresa destine a la construcción de un bosque urbano, salas de exhibiciones y juegos interactivos. Además se contará con tres salas en edificios independientes, una para cada empresa.
LOCALIZACIÓN	Antigua Carretera a San Pedro y Boulevard Francisco Sarabia. (Rotonda)
PRODUCTO	Esta obra además de representar un producto turístico por sí solo, formará parte de diversos recorridos/rutas en torno al turismo industrial y educativo, en los que además de haber realizado algunas visitas guiadas a las empresas, se podrá realizar una visita a este centro para darle seguimiento a la temática del recorrido pero de una forma recreativa.
MERCADO	Participantes en el turismo del sector recreativo y cultural.
FACTIBILIDAD	Tomando en cuenta el interés mostrado por los grupos industriales de la ciudad en el desarrollo económico de la región, es posible incentivar la inversión de los tres grandes grupos industriales en el proyecto, intentando sumar inversiones de los tres niveles de gobierno para aliviar un poco la carga de la iniciativa privada y buscar la colaboración y compromiso del sector público y privado en la creación exitosa del Centro Interactivo.
PROBLEMAS A RESOLVER	No se cuenta con el financiamiento para la construcción y mejoramiento del complejo.
ACCIONES A REALIZAR	Presentar una oferta de rentabilidad atractiva a los grupos industriales que se pretende involucrar en el financiamiento del proyecto, así como a los tres niveles de gobierno. Buscar comprometer a las partes involucradas en el desarrollo exitoso del proyecto.
METAS	Lograr un compromiso del sector privado en conjunto con los tres niveles de gobierno para asegurar el financiamiento total del proyecto y su desarrollo a mediano y largo plazo.
AGENTES INVOLUCRADOS	Gobierno Federal, Gobierno del Estado e Iniciativa Privada.
MONTO	141 millones de pesos, mezcla de recursos de los gobiernos federal, y estatal, así como de iniciativa privada.

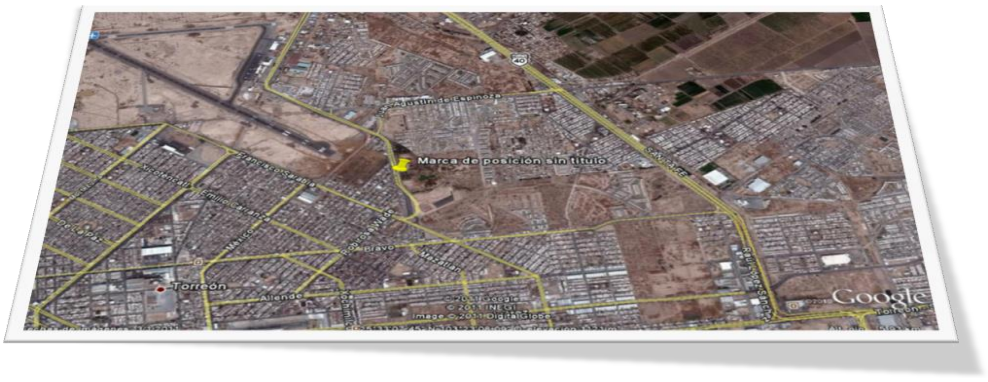
Es un proyecto destinado atraer a los segmentos de turismo recreativo y cultural principalmente, ofreciendo un nuevo atractivo que permita ampliar el número de visitantes que se reciben.

El proyecto se caracteriza por estar dedicado a las principales industrias de la Ciudad, representadas por Lala, Peñoles y Modelo, a las cuales se deberá involucrar directamente en el proyecto.

El objetivo del Centro Interactivo es dar a conocer a los visitantes, la evolución que han tenido estas industrias a lo largo del tiempo, así como su importancia en la historia y desarrollo de la Ciudad y su región. De igual manera se pretende el dar a conocer los procesos productivos que se realizan en su interior, pero de forma interactiva y lúdica, ofreciendo experiencias diversas a los visitantes e involucrándolos en la realización de distintas actividades individuales o grupales; que les permitan a la vez entender los conceptos básicos (científicos y técnicos) que se encuentran detrás de estas actividades económicas.

Su ubicación se caracteriza por cumplir con el objetivo principal del atractivo turístico al nororiente de la ciudad, en las cercanías del aeropuerto dentro del bosque urbano.

IMAGEN AÉREA DE UBICACIÓN DEL PROYECTO.



PLANO DE DISTRIBUCIÓN DEL PROYECTO.

El Proyecto contempla la edificación de módulos comerciales, estaciones del ferrocarril, tres edificios, y el acondicionamiento de los andadores junto con un área de decatlón y tirolesa.

Su costo aproximado es de $141.00 millones de pesos distribuido en inversiones desde la compra del terreno, instalaciones básicas como agua luz etc., construcciones de ampliación del centro gastos pre operativos, capital de trabajo para iniciar el proyecto pago de gastos financieros entre otros, con financiamiento Federal y Estatal.

La rentabilidad del proyecto está diseñada por los ingresos que se pretenden por diferentes actividades como cobro de tarifas por el acceso, alquiler del salón de usos múltiples, la renta de locales comerciales, y la venta de artículos alusivos y deportivos.

PANORAMICA DEL PROYECTO FUNCIONANDO.

Mercado objetivo

El turismo de los segmentos recreativo y cultural serán los principales beneficiados con este proyecto. Este último tiene una afluencia actualmente de 22,500 visitantes.

Torreón tiene contemplado además de los cinco proyectos anteriores, nueve proyectos más que servirán para embellecer la ciudad cambiando la imagen

actual desde el centro histórico, hasta lugares ecoturísticos, sustentables y competitivos para atraer un número mayor de visitantes locales, regionales, nacionales y extranjeros.

Para desarrollar estos proyectos que son en su mayoría mejoras y rehabilitaciones a las actuales instalaciones, se tiene contemplado que funjan como fuentes de financiamiento los tres niveles de gobierno e iniciativa privada para disminuir la carga financiera hacia un solo sector.

6.- CENTRO DE INTEGRACIÓN EMPRESARIAL EL ¨REALITO¨ EN JIMULCO.

PROYECTO 6. CENTRO DE INTEGRACIÓN EMPRESARIAL EL “REALITO” EN JIMULCO	
DESCRIPCIÓN	La Reserva Ecológica Municipal Sierra y Cañón de Jimulco, es el atractivo natural más importante en la región, por tanto se debe promover su aprovechamiento de acuerdo a lo establecido en el Plan de Manejo de la Reserva. Dentro de las estrategias se contemplan dos zonas con un aprovechamiento diferenciado: a.- Una Zona de Núcleo b.- Zona de amortiguamiento. Específicamente el Centro se ubicaría en el Cañón del Realito, el cual es una zona para desarrollar turismo de aventura. El proyecto se apoya en la existencia de un segmento de negocios predominante en la zona. Como ejemplo de proyecto similar está el hotel Rodavento río y montaña en el estado de México.
LOCALIZACIÓN	En la Sierra de Jimulco, Cañón del Realito, localizado aproximadamente a 88 kilómetros al suroriente de la ciudad de Torreón.
PRODUCTO	Además de significar un producto turístico, en este centro se pueden desarrollar diversas actividades en torno al turismo de naturaleza, de salud, de aventura y rural, tales como: la observación de aves, senderismo, paisajismo, interpretación de flora y fauna, tirolesa, rappel, observación astronómica, recolección de frutos (huertos orgánicos), actividades educativas encaminadas a la preservación y cuidado del medio ambiente, entre otros. Así mismo, este centro es propicio para manejar paquetes turísticos ya que ofrecerá diversos servicios como hospedaje, alimentación y desarrollo de actividades turísticas.
MERCADO	Participantes del turismo de negocios que actualmente se tiene identificado en el destino.
FACTIBILIDAD	Por la oferta única de ecoturismo y turismo de aventura que ofrece el proyecto, promete ser rentable e incrementar las visitas turísticas a la ciudad, solamente es necesario asegurar su financiamiento.
PROBLEMAS A RESOLVER	No se cuenta actualmente con accesos a la zona donde se planea desarrollar el proyecto, por lo que será necesario adaptar vialidades. Asegurar el financiamiento del proyecto con la colaboración de los tres niveles de gobierno.
ACCIONES A REALIZAR	Lograr el compromiso de los tres niveles de gobierno para financiar el proyecto y comenzar la construcción de las vialidades que permitan desarrollar la obra en su totalidad.
METAS	Lograr que el proyecto comience su construcción en 2014 y pueda ser desarrollado en su totalidad en un período menor a 4 años.

AGENTES INVOLUCRADOS	Gobierno Federal y Gobierno del Estado.
MONTO	76.4 millones de pesos, mezcla de recursos de los gobiernos federal y estatal.

Un proyecto ecoturístico bien planteado, en una área de reserva reconocida que permite diversificar la visita turística a Torreón con recreación y actividades en contacto con la Naturaleza. Se plantea en este proyecto la construcción de área de acceso, área de administración, zona de alojamiento, salón de usos múltiples, centro de negocios, restaurante, zona de elementos de obstáculos, muro de rappel, tirolesa, temascal, estacionamiento, senderos interpretativos y la construcción de un Observatorio.

La ubicación geográfica de este proyecto es en la Sierra de Jimulco, Cañón del Realito, localizado aproximadamente a 88 kilómetros al suroriente de la ciudad de Torreón, muy cerca del Destino Turístico.

IMAGEN AEREA DE UBICACIÓN DEL PROYECTO.

PLANO DE DISTRIBUCIÓN.

La Reserva Ecológica Municipal Sierra y Cañón de Jimulco, es el atractivo natural más importante en la región, y por tanto se debe promover su aprovechamiento de manera sustentable, con la finalidad de preservarlo, a través del desarrollo de proyectos que redunden en beneficio de las comunidades que lo habitan y en pro de la conservación de la flora y la fauna que la caracteriza.

Actualmente en la zona no se han desarrollado proyectos ecoturísticos de importancia, por ello se plantea un desarrollo acorde a lo establecido en el Plan de Manejo de la Reserva, el cual contempla dos zonas con un aprovechamiento diferenciado: a) Zona Núcleo y b) Zona de Amortiguamiento. En esta última, se tiene la Subzona de Uso Público y dentro de ella la Subzona de Uso Ecoturístico Intensivo.

Objetivo:

Se plantea en este proyecto la construcción de área de acceso, área de administración, zona de alojamiento, salón de usos múltiples, centro de negocios, restaurante, zona de elementos de obstáculos, muro de rappel, tirolesa, temascal, estacionamiento, senderos interpretativos y la construcción de un Observatorio.

La inversión proyectada en la construcción de esta obra turística oscila entre los $76.4 millones de pesos, participando como fuentes de financiamiento el Gobierno Federal y Estatal. Con un calendario tentativo para el año 2014 hasta el 2017.

El proyecto refleja una rentabilidad económica derivada de la renta de las habitaciones, alquiler del salón de usos múltiples, venta promedio del restaurante, actividades empresariales y la utilización de servicios como rappel, tirolesa, temascal y visitas guiadas.

Mercado objetivo

El turismo de negocios que ya está posicionado en la Ciudad de Torreón será el principal mercado de este proyecto, que permitirá el aprovechamiento de este tipo de visitantes, ofreciéndoles una opción que permita una mayor estadía.

7.- REHABILITACIÓN DEL BOSQUE VENUSTIANO CARRANZA.

PROYECTO 7. REHABILITACIÓN DEL BOSQUE VENUSTIANO CARRANZA	
DESCRIPCIÓN	El Bosque Venustiano Carranza se ubica en la esquina que forman las avenidas Juárez y Cuauhtémoc y es considerado el principal pulmón de la ciudad, además es un espacio para la realización de actividades culturales, recreativas y deportivas. La problemática encontrada en el Bosque obedece a la carencia de un diseño integrado, señalización y organización que permita al visitante hacer un mejor uso de las instalaciones. Por lo anterior, es necesario considerar el rediseño de las instalaciones, mejoramiento de los espacios verdes, inclusión de un conjunto de plazas, colocación de mobiliario, diseño de una pista atlética y un estacionamiento.
LOCALIZACIÓN	Localizado al oriente de la ciudad de Torreón, en la esquina de las avenidas Juárez y Cuahutémoc.
PRODUCTO	Esta obra permitirá contar con un recurso más a considerarse en recorridos culturales y de recreación, así como en la ruta verde de Torreón, la cual refiere a la visita de parques, plazas y áreas naturales de este municipio.
MERCADO	Turismo del sector cultural y habitantes del destino.
FACTIBILIDAD	Siendo un elemento icónico de la ciudad y que representa un importante área natural productora de oxígeno para la zona urbana, es importante que exista el compromiso de los tres niveles de gobierno para remodelar la zona y mantenerla en buen estado.
PROBLEMAS A RESOLVER	La carencia de un diseño integrado.
ACCIONES A REALIZAR	Rediseñar y adaptar el complejo de manera que resulte atractivo para los visitantes locales, nacionales y extranjeros mediante un esquema de integración de los elementos existentes y los que serán creados.
METAS	Alcanzar una afluencia de 17,000 visitantes al año para 2030.
AGENTES INVOLUCRADOS	Gobierno Federal, Gobierno del Estado y Gobierno Municipal.
MONTO	60 millones de pesos, mezcla de recursos de los gobiernos federal, estatal y municipal.

Localizado al oriente de la ciudad de Torreón, en la esquina de las avenidas Juárez y Cuahutémoc.

El Proyecto considera la realización de las siguientes acciones: rediseño de las instalaciones, plazas, colocación de mobiliario, diseño de pistas y estacionamiento.

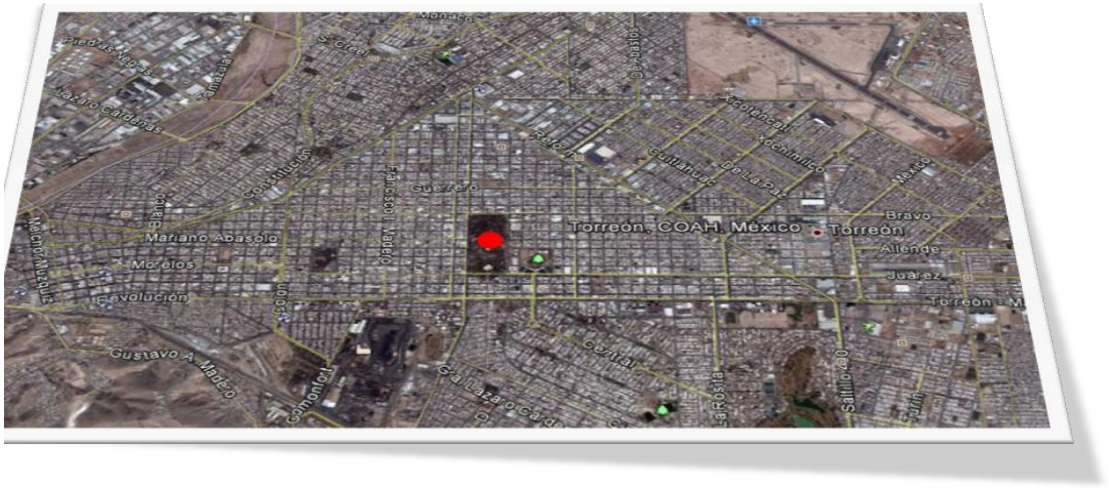
Inversión pública inicial requerida: con un monto de $60.00 millones de pesos.

El turismo del segmento cultural será el principal beneficiado con el Proyecto. Este segmento crecerá a 177 mil visitantes al 2030. Con actividades a desarrollar como recreativas, deportivas y culturales.

Es considerado el principal pulmón de la ciudad, además de ser un espacio para la realización de actividades culturales, recreativas y deportivas. Cuenta con instalaciones como el Museo Regional de la Laguna, juegos mecánicos, canchas deportivas, andadores y áreas verdes.

La problemática encontrada en el Bosque obedece a la carencia de un diseño integrado, los elementos que lo integran no guardan ninguna relación entre sí, se carece de señalización y organización que permita al visitante hacer un mayor uso de las instalaciones. Por ello, se requiere de un rediseño para su mejor funcionamiento, el mejoramiento de los espacios y del servicio que prestan, de tal manera que puedan convertirse en un atractivo no sólo para la población local, sino también para los visitantes a la ciudad.

IMAGEN AEREA DE UBICACIÓN DEL PROYECTO.



Mercado objetivo

El turismo del segmento cultural será el principal beneficiado con el proyecto.

8.- PROYECTO DE MEJORAMIENTO DEL ¨MANTO DE LA VIRGEN¨.

PROYECTO 8. PROYECTO CE MEJORAMIENTO DEL “MANTO DE LA VIRGEN”	
DESCRIPCIÓN	El Manto de la Virgen es una de las esculturas emblemáticas de la ciudad, localizada al oriente, sobre la carretera Saltillo - Torreón, en medio de una explanada que carece de un diseño adecuado. Por lo anterior se propone un proyecto que contemple el rediseño del espacio, considerando para ello la adecuación del acceso y la creación de las instalaciones necesarias para comodidad de los visitantes como son: acceso al estacionamiento, construcción de una plaza, sanitarios y dotación de mobiliario.
LOCALIZACIÓN	Localizado en las cercanías de Torreón a 20 km aproximadamente en el Municipio de Matamoros.
PRODUCTO	Esta obra podrá ser considerada en recorridos enfocados al turismo cultural-religioso, tales como el Recorrido por la Fé, el cual refiere a la visita de algunos templos resaltando el arte sacro de los mismos, la arquitectura, las tradiciones, la historia y leyendas asociadas a los sitios. Además también puede ser aprovechado como escenario para las diferentes manifestaciones religiosas como la “matachinada”, entre otras.
MERCADO	Turismo cultural.
FACTIBILIDAD	Debido a la ubicación de realización del proyecto, es muy posible conseguir el compromiso bilateral de las administraciones Municipales de Torreón y Matamoros, además del involucramiento del gobierno Estatal, en el desarrollo exitoso del proyecto, ya que se busca ofrecer un atractivo sustancial para el turismo religioso en ambas entidades municipales, lo que aumenta en gran medida la posibilidad de realizar el proyecto.
PROBLEMAS A RESOLVER	Falta de diseño que realce la escultura y muestre un entorno atractivo para los visitantes.
ACCIONES A REALIZAR	Rediseño del espacio considerando para ello la adecuación del acceso y la creación de las instalaciones necesarias para la comodidad de los visitantes.
METAS	Alcanzar las 18,000 visitas anuales para 2030.
AGENTES INVOLUCRADOS	Gobierno Federal, Gobierno del Estado, Gobierno Municipal e Iniciativa Privada.
MONTO	32 millones de pesos, mezcla de recursos de los gobiernos federal, estatal y municipal.

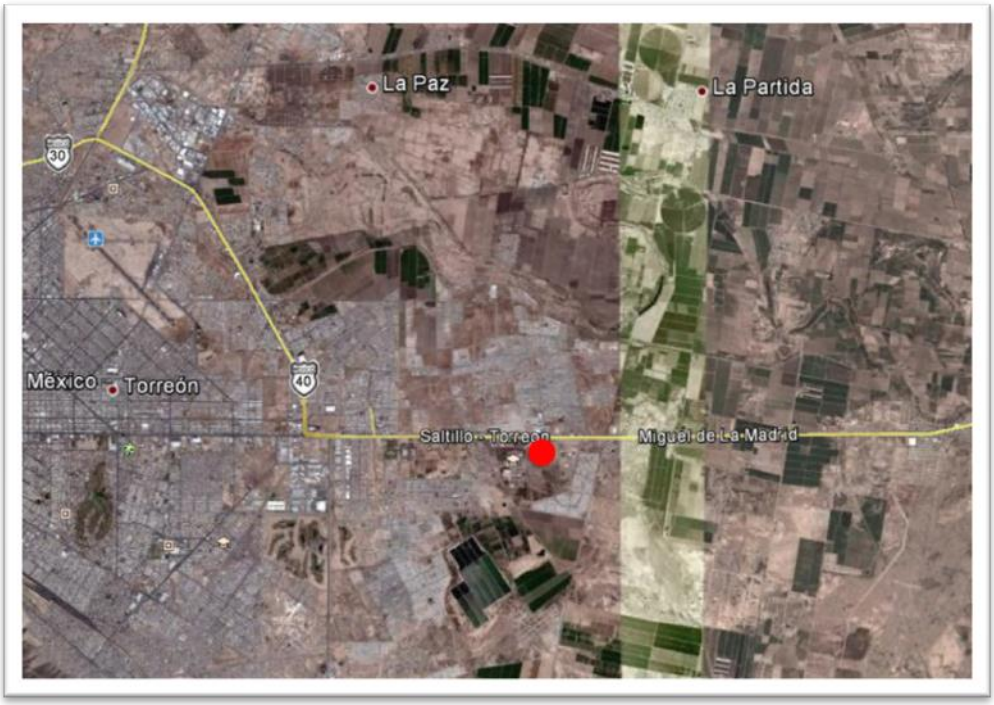
Ubicación: Localizado en los límites de la ciudad de Torreón, colindando con el Municipio de Matamoros.

Considera la realización de las siguientes acciones: acceso - estacionamiento, plaza de acceso, zona de servicios, colocación de mobiliario.

Una inversión pública con un monto requerido de $32.00 millones de pesos, con financiamiento Federal, Estatal y Municipal.

El Turismo Cultural, será el que resultará más atraído hacia este proyecto. Se espera que este segmento ascienda al año 2030 a 180 mil visitantes anuales.

IMAGEN AÉREA DE UBICACIÓN DEL PROYECTO.



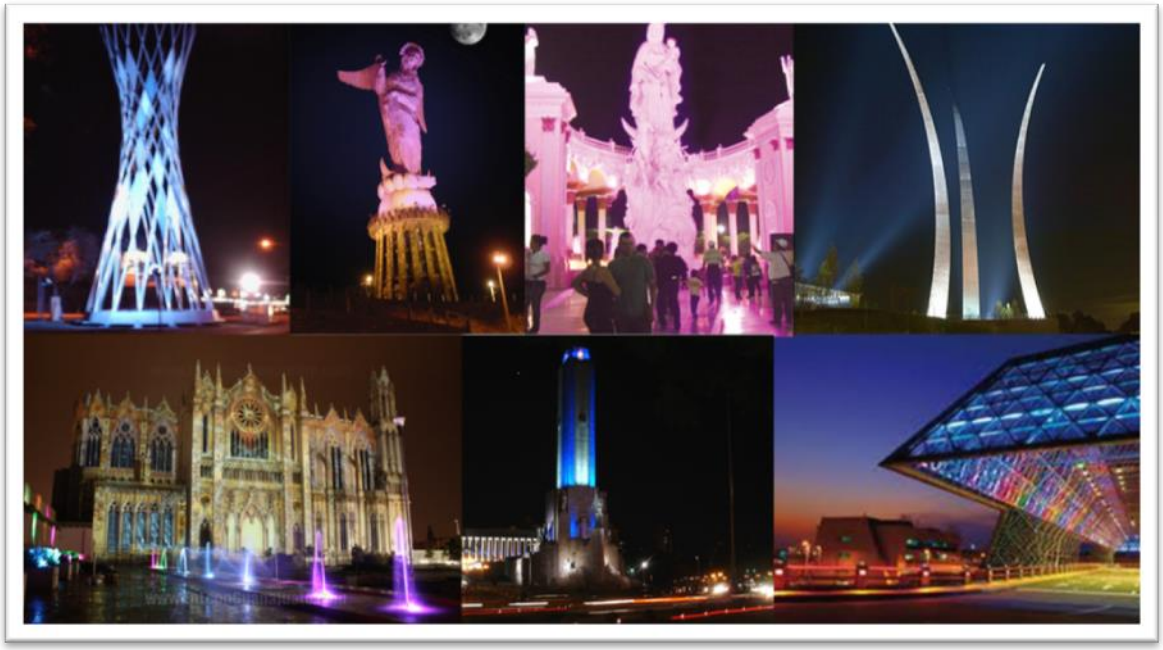
El Manto de la Virgen es una de las esculturas emblemáticas de la Ciudad de Torreón. En medio de una explanada que carece de un diseño adecuado para darle realce. A lo anterior se suma la falta de un espacio para estacionarse y poder visitar, contemplar y fotografiar de forma adecuada la escultura. Se carece

también del mobiliario y los servicios necesarios para que este símbolo se convierta en un punto de atracción para los visitantes.

Se propone por tanto un proyecto que contemple el rediseño del espacio, considerando para ello la adecuación del acceso y la creación de las instalaciones necesarias para la comodidad de los visitantes.

Las actividades a desarrollar son: visitas religiosas, contemplación de la escultura y fotografía.

Objetivo:



Mercado objetivo

El turismo cultural, en particular el segmento religioso, será el que resultará más atraído hacia este proyecto.

9.- CENTRO DE DISEÑO PLATERO DE ALTA CALIDAD.

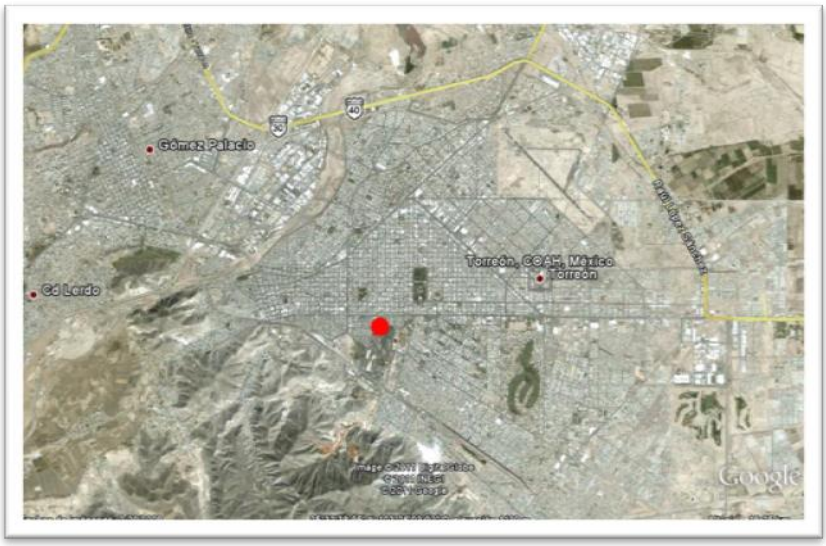
PROYECTO 9. CENTRO DE DISEÑO PLATERO DE ALTA CALIDAD	
DESCRIPCIÓN	La propuesta de construcción de un Centro de Diseño Platero de Alta Calidad, obedece al hecho de que es en la ciudad, por parte de la empresa PEÑOLES, donde se procesa la mayor cantidad de plata del país dentro de estas acciones se pretende como única acción la construcción de talleres de capacitación visitas guiadas y comercialización de los productos.
LOCALIZACIÓN	Se propone la búsqueda de un predio en las cercanías de Peñoles, al sur de la ciudad.
PRODUCTO	Este centro podrá ser integrado en diversos recorridos/rutas culturales y recreativas ya implementadas, y además marcará la pauta para el diseño de rutas nuevas como la ruta de la plata, la cual considera la visita guiada al Museo de los Metales y a este centro donde además de recorrerlo, se podrá participar algunas actividades/talleres.
MERCADO	Todos los segmentos de turismo podrán conocer y adquirir los productos que se fabriquen en el centro.
FACTIBILIDAD	La realización de este proyecto además de la atracción turística que representa, promueve la creación de oportunidades de empleo y educación en el área, por lo que es un proyecto atractivo para la inversión pública y privada, lo que lo hace muy factible.
PROBLEMAS A RESOLVER	Coordinar los esfuerzos entre niveles de gobierno, iniciativa privada y academia para la realización y correcta explotación del proyecto.
ACCIONES A REALIZAR	Asegurar las inversiones de los sectores involucrados para el desarrollo del proyecto y comprometer a los mismos con el correcto desenvolvimiento a mediano y largo plazo del Centro de Diseño Platero.
METAS	Desarrollar el proyecto de manera que se puedan ofertar Talleres de capacitación, promover de eventos de exhibición, visitas guiadas, comercializar los productos que se fabriquen.
AGENTES INVOLUCRADOS	Gobierno Federal, Gobierno del Estado, Gobierno Municipal e Iniciativa Privada.
MONTO	50 millones de pesos aproximadamente, con mezcla de recursos de los gobiernos federal, estatal y municipal, así como de iniciativa privada.

Ubicación: Se propone la búsqueda de un predio en las cercanías de Peñoles, al sur de la ciudad.

Se buscará invertir una cantidad aproximada de $50.00 millones de pesos para construcción de instalaciones con las que se contará, las cuales serán: un área de recepción, administración, talleres, áreas de exhibición, zona de ventas y estacionamiento.

Todos los segmentos de turismo podrán conocer y adquirir los productos que se fabriquen en el centro, el cual generará empleo para los habitantes de la zona.

IMAGEN AÉREA DE UBICACIÓN DEL PROYECTO.



En la actualidad se está haciendo un esfuerzo por parte de algunos particulares para que se pueda dar ese desarrollo, y se espera contar con el apoyo del gobierno y de la academia para poder conformar una Escuela de Diseño de Artículos de Plata, propia de la región.

Se propone impartir:

- Talleres de capacitación

- Promoción de eventos de exhibición
- Visitas guiadas
- Comercialización de los productos

Mercado objetivo

Todos los segmentos de turismo podrán conocer y adquirir los productos que se fabriquen en el centro, el cual generará empleo para los habitantes de la zona.

Objetivo:

10.- CENTRO RECREATIVO JIMULCO.

PROYECTO 10. CENTRO RECREATIVO JIMULCO	
DESCRIPCIÓN	Se propone el desarrollo de un proyecto eco turístico en la zona de reserva permitida el cual pueda atraer a este tipo de turismo así como al turismo interesado en actividades de cañonismo, aprovechando este tipo de formaciones que existen en la reserva. Entre las acciones que se realizarían están: desarrollo de zona de cabañas, comedor, senderos interpretativos, habilitación de áreas para cañonismo, senderismo, cabalgata y campismo.
LOCALIZACIÓN	Localizado en la Sierra de Jimulco en la zona de reserva permitida.
PRODUCTO	Este centro se considera por si, como un producto turístico, el cual permitirá el desarrollo de diversas actividades enfocadas al turismo de naturaleza, tales como: la observación de aves, senderismo, paisajismo, interpretación de flora y fauna, cañonismo, rappel, observación astronómica, rutas ciclistas, actividades educativas encaminadas a la preservación y cuidado del medio ambiente, entre otros. Además al contar con infraestructura para el desarrollo de presentaciones artísticas-culturales, así como para hospedaje, representará un verdadero atractivo para los visitantes propiciando un incremento en la estadía de los mismos en la región.
MERCADO	El turismo de naturaleza será el beneficiado con este proyecto, además de que el proyecto contribuirá a consolidar una oferta turística diversificada y de calidad en la zona.
FACTIBILIDAD	La Reserva de la Sierra y Cañón de Jimulco, es un área natural que ofrece posibilidades de desarrollo turístico, atendiendo a lo establecido en el Programa de Manejo y Reglamento vigentes que la regulan, por lo que con adecuada coordinación de los tres niveles de gobierno es totalmente realizable.
PROBLEMAS A RESOLVER	Actualmente solamente se registran 2,250 visitantes al año.
ACCIONES A REALIZAR	Desarrollo del proyecto ecoturístico en la zona de la reserva permitida.
METAS	Se espera lograr un aumento a aproximadamente 88 mil visitantes al año 2030.
AGENTES INVOLUCRADOS	Gobierno Federal y Gobierno del Estado.
MONTO	55 millones de pesos, mezcla de recursos de los gobiernos federal y estatal.

Localizado en la Sierra de Jimulco en la zona de reserva permitida.

El Proyecto del Centro Ecoturístico Sustentable tiene planteada como parte de sus instalaciones: acceso, administración, hospedaje, centro de espectáculos mejoramiento de las palapas, restaurante, centro de interpretación y zona de Compras.

Inversión pública requerida de $55.00 millones de pesos, con financiamiento Federal, Estatal y Municipal.

Todas las comunidades de la región tendrán como efecto el aumento del turismo de naturaleza. Actualmente este segmento registra solo 2,250 visitantes y se espera lograr un aumento a aproximadamente 88 mil visitantes al año 2030.

IMAGEN AÉREA DE UBICACIÓN DEL PROYECTO.

La Reserva de la Sierra y Cañón de Jimulco, es un área natural que ofrece posibilidades de desarrollo turístico, atendiendo a lo establecido en el Programa de Manejo y Reglamento vigentes que la regulan.

Acorde con lo anterior, se propone el desarrollo de un proyecto Ecoturístico en la zona de la reserva permitida, el cual pueda atraer a este tipo de turismo, así como turismo interesado en actividades de cañonismo, aprovechando las diversas formaciones de este tipo existentes en la reserva.

Objetivo:

Mercado objetivo

El turismo de naturaleza será el beneficiado con este proyecto, además de que el proyecto contribuirá a consolidar una oferta turística diversificada y de calidad en la zona.

11.- CORREDOR PASEO MORELOS.

PROYECTO 11. CORREDOR PASEO MORELOS	
DESCRIPCIÓN	La creación del corredor peatonal favorecerá la reactivación económica de la zona y de las actividades culturales y sociales que en ella se realizan ya que puede favorecer a otros usos y servicios además de que la gente vuelva al centro. Acciones como la mejora del pavimento, mobiliario, colocación de fuentes y esculturas.
LOCALIZACIÓN	Su localización se refiere a la calle Morelos del Centro Histórico ubicado en el corazón de la ciudad de Torreón y en el área comercial de mayor reconocimiento por la ciudadanía local.
PRODUCTO	Este corredor representa es considerado como un producto, además fomentará los paseos peatonales por el centro histórico de la ciudad y la reactivación de las áreas comerciales. Por otra parte, en base a la zona que abarca, marca la pauta para diseñar algunos recorridos turísticos donde se resalte la riqueza arquitectónica, gastronómica, de historias y leyendas del lugar.
MERCADO	Todos los turistas que visiten el destino.
FACTIBILIDAD	Dignificación del Centro Histórico, Impacto positivo en los comercios locales, crecimiento de la concurrencia.
PROBLEMAS A RESOLVER	Pandillerismo, mantenimiento preventivo, limpieza continua.
ACCIONES A REALIZAR	Creación de un corredor peatonal, mejora de pavimento, colocación de mobiliario, colocación de fuentes y esculturas, iluminación, mejoramiento de la imagen urbana.
METAS	Incrementar la concurrencia a 177 mil visitantes al año para 2030.
AGENTES INVOLUCRADOS	Gobierno Federal y Gobierno del Estado.
MONTO	20 millones de pesos, mezcla de recursos de los gobiernos federal y estatal.

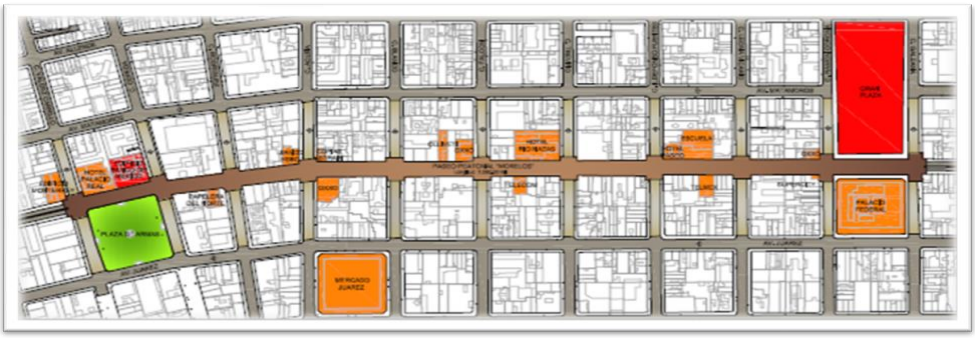
Su localización se refiere a la calle Morelos del Centro Histórico ubicado en el corazón de la ciudad de Torreón y en el área comercial de mayor reconocimiento por la ciudadanía local.

La Creación del Corredor Peatonal, considera la realización de las siguientes acciones: mejora de pavimento, colocación de mobiliario, colocación de fuentes y esculturas, iluminación, y en general el mejoramiento de la imagen urbana.

Inversión pública requerida de $20.00 millones de pesos, con financiamiento Federal y Estatal

El turismo en general que visite la Ciudad se verá beneficiado con el proyecto, con el cual se espera lograr el rescate de una de las zonas más importantes por tradición e historia, en la que se concentran buena parte de los atractivos culturales. En este sentido, se verá beneficiado directamente el segmento cultural, el cual se espera pase de 22,500 visitantes a los 177mil, en el año 2030.

Croquis:



De calle Valdez Carrillo a Calle Galeana.

El Centro Histórico de Torreón, es una zona que presenta graves problemas de deterioro de sus inmuebles y del espacio público debido en gran parte al abandono, que deriva en una imagen urbana desordenada y poco atractiva, a pesar de que se trata de la parte más vieja de la Ciudad, y en la que se localizan importantes equipamientos culturales, así como lo más representativo de su patrimonio histórico-arquitectónico. Por lo anterior, es prioritario implementar las acciones y proyectos que propicien el mejoramiento del espacio público.

Objetivo:

Mercado objetivo

El turismo en general que visite la Ciudad, se verá beneficiado con el proyecto.

12.- PARQUE RÍO NAZAS.

PROYECTO 12. PARQUE RÍO NAZAS	
DESCRIPCIÓN	Crear un paseo recreativo a manera de parque lineal, el cual puede servir para recorridos peatonales, en bicicleta o para correr, se consideran: ciclo pistas, paseo peatonal, mobiliario, zonas para eventos recreativos y deportivos.
LOCALIZACIÓN	Al norte de la ciudad de Torreón y el Río Nazas, límite con Gómez Palacio Durango.
PRODUCTO	El Parque Río Nazas, representará una excelente opción para los torreonenses y sus visitantes, ya que será el sitio que además de permitirles realizar paseos peatonales y ciclistas por los márgenes del río, podrán realizar otras actividades recreativas y de descanso que fomentan la convivencia familiar. Este parque también formará parte de la ruta verde de Torreón.
MERCADO	Todos los visitantes del destino.
FACTIBILIDAD	Tasa alta de recuperación por su alto grado de concurrencia, Fortalecimiento integral de los circuitos turísticos, fortalecimiento de la diversificación de espacios turísticos.
PROBLEMAS A RESOLVER	Pandillerismo, mantenimiento preventivo, limpieza continúa.
ACCIONES A REALIZAR	Circuito peatonal y ciclista, Áreas de descanso, Miradores y Espacios comerciales.
METAS	Incrementar la concurrencia anual a 177mil visitantes para 2030.
AGENTES INVOLUCRADOS	Gobierno Federal y Gobierno del Estado.
MONTO	33 millones de pesos, mezcla de recursos de los gobiernos federal y estatal.

Ubicación: Al norte de la ciudad de Torreón y el Río Nazas, límite con Gómez Palacio Durango.

Las acciones que se plantean en este Proyecto son: circuito peatonal y ciclista, áreas de descanso, miradores y espacios comerciales.

Inversión pública requerida de $33.00 millones de pesos, con financiamiento Federal, Estatal y Municipal.

Todos los visitantes a la Ciudad podrán disfrutar de este recorrido, pensado para el descanso y recreación, ya que resultará atractivo para todos los segmentos, aunque de manera particular, para el turismo de naturaleza, el cultural y el deportivo, son los que podrán estar más interesados en visitarlo, estos incrementarán su afluencia con la creación de nuevos atractivos, en 177 mil y 88 mil visitantes respectivamente en el año 2030.

IMAGEN AÉREA DE UBICACIÓN DEL PROYECTO.

El Río Nazas es un elemento natural de gran importancia en la historia de la Ciudad. Actualmente se encuentra en peligro de deteriorarse y ocasionar

problemas a los habitantes, debido a la invasión del cauce y del uso del mismo como tiradero de escombro y basura.

El lecho del río debe ser respetado y preservado, pensando en el equilibrio ecológico de la región y pensando en la seguridad de la población. Es por ello que se propone la realización de un proyecto que aproveche los márgenes del río, para generar un espacio de recreación y para el deporte, en beneficio de la población y los visitantes.

Las actividades a desarrollar son:

- Actividades recreativas
- Paseos peatonales
- Paseos ciclistas
- Descanso y convivencia

Objetivo:

Mercado objetivo

Todos los visitantes a la Ciudad podrán disfrutar de este recorrido, pensado para el descanso y recreación, ya que resultará atractivo para todos los segmentos, aunque de manera particular el turismo de naturaleza, el cultural y el deportivo, son los que podrán estar más interesados en visitarlo.

13.- REHABILITACIÓN DE LA ALAMEDA ZARAGOZA.

PROYECTO 13. REHABILITACIÓN DE LA ALAMEDA ZARAGOZA	
DESCRIPCIÓN	El proyecto propuesto, consiste en el mejoramiento integral de este espacio para dignificarlo, de tal manera que se convierta en una de las principales áreas recreativas y de paseo para los habitantes de Torreón, así como generar los elementos que permitan convertirlo en un sitio turístico atractivo. Acciones encaminadas al rediseño del mobiliario urbano y de los pavimentos, mejorar las áreas verdes y la iluminación.
LOCALIZACIÓN	Al oriente del centro histórico de la ciudad de Torreón, en las calles de Juárez esquina con G. Ortega.
PRODUCTO	La Alameda Zaragoza es considerada como uno de los principales atractivos de la ciudad, por lo cual, es parte fundamental en muchos de los recorridos/rutas culturales y de recreación en operación y propuestos para Torreón. Este sitio es ideal para el desarrollo de diversas actividades artísticas- culturales.
MERCADO	Todos los visitantes y habitantes del destino.
FACTIBILIDAD	Dignificación del Centro Histórico, Impacto positivo en los comercios locales, crecimiento en la concurrencia y fortalecimiento de espacios de esparcimiento.
PROBLEMAS A RESOLVER	Pandillerismo, Mantenimiento preventivo, Limpieza continua.
ACCIONES A REALIZAR	Mantenimiento mayor de los espacios, Rediseño de los pavimentos, mejoramiento de las áreas verdes existentes y mejoramiento de la iluminación.
METAS	Concurrencia de 177 mil visitantes para 2030.
AGENTES INVOLUCRADOS	Gobierno Federal y Gobierno del Estado.
MONTO	35 millones de pesos, mezcla de recursos de los gobiernos federal y estatal.

Ubicación: Al oriente del centro histórico de la ciudad de Torreón, en las calles de Juárez esquina con G. Ortega.

El Proyecto requiere de las siguientes acciones: mantenimiento mayor de los espacios, rediseño del mobiliario urbano, rediseño de los pavimentos, mejoramiento de las áreas verdes existentes y mejoramiento de la Iluminación.

Inversión pública requerida de $35.00 millones de pesos, con financiamiento Federal, Estatal y Municipal.

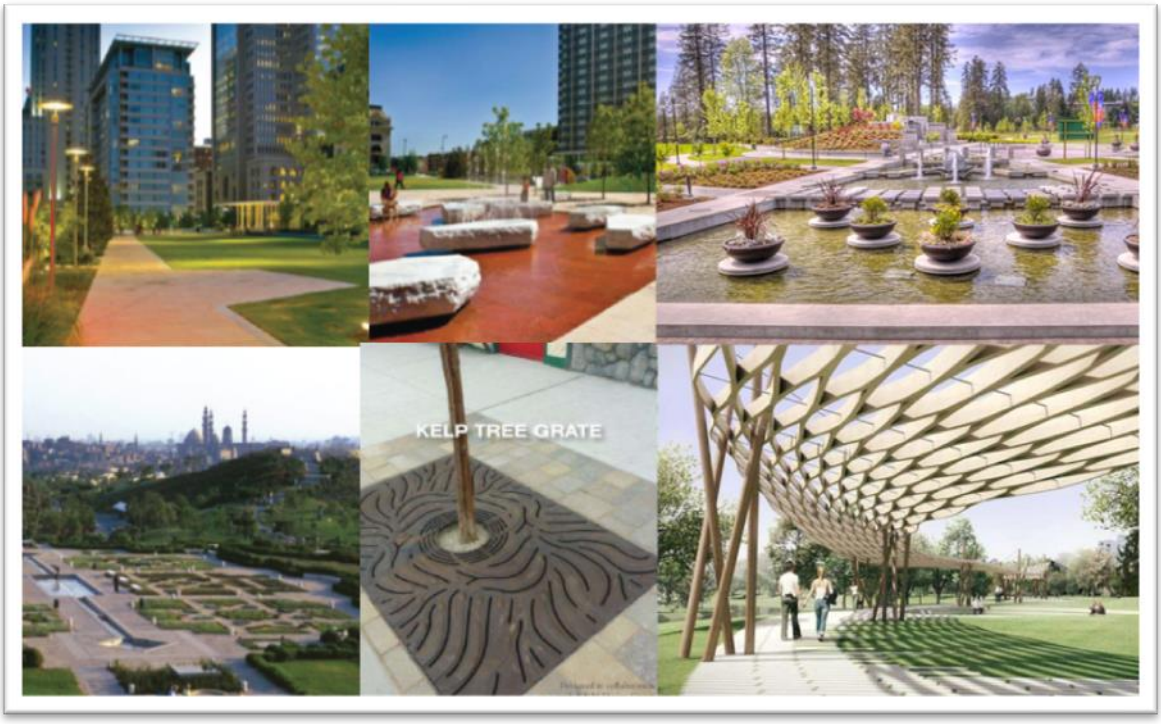
Los habitantes de la Ciudad de Torreón se verán directamente beneficiados por el proyecto, así mismo, los visitantes contarán con un espacio recreativo en el que podrán convivir con la población. El segmento cultural será por tanto el que encuentre más atractivo este espacio destinado a la recreación principalmente se espera que el mismo alcance al año 2030 un aproximado de 177 mil visitantes.

IMAGEN AÉREA DE UBICACIÓN DEL PROYECTO.

La Alameda Zaragoza es uno de los parques más conocidos de la Ciudad de Torreón, en él se encuentran elementos significativos como la Plaza de los Hombres Ilustres y la Biblioteca Pública Municipal, además de contar con áreas recreativas, la fuente del “Pensador” y el lago. Las condiciones en las que se encuentran estas instalaciones son variables, pero en general se observa una tendencia al deterioro y falta de mantenimiento, en particular del mobiliario y los pavimentos en andadores, a lo que se suma la falta de integración de los elementos que componen el espacio con un diseño atractivo.

El proyecto propuesto, consiste en el mejoramiento integral de este espacio para dignificarlo, de tal manera que se constituya en una de las principales áreas recreativas y de paseo para los habitantes de Torreón, así como generar los elementos que permitan convertirlo en un sitio turístico atractivo.

Objetivo:



Mercado objetivo

Los habitantes de la Ciudad de Torreón se verán directamente beneficiados por el proyecto, asimismo, los visitantes contarán con un espacio recreativo en el que podrán convivir con la población. El segmento cultural será por tanto el que encuentre más atractivo este espacio destinado a la recreación principalmente.

14.- TREN TURÍSTICO RUTA DE VILLA.

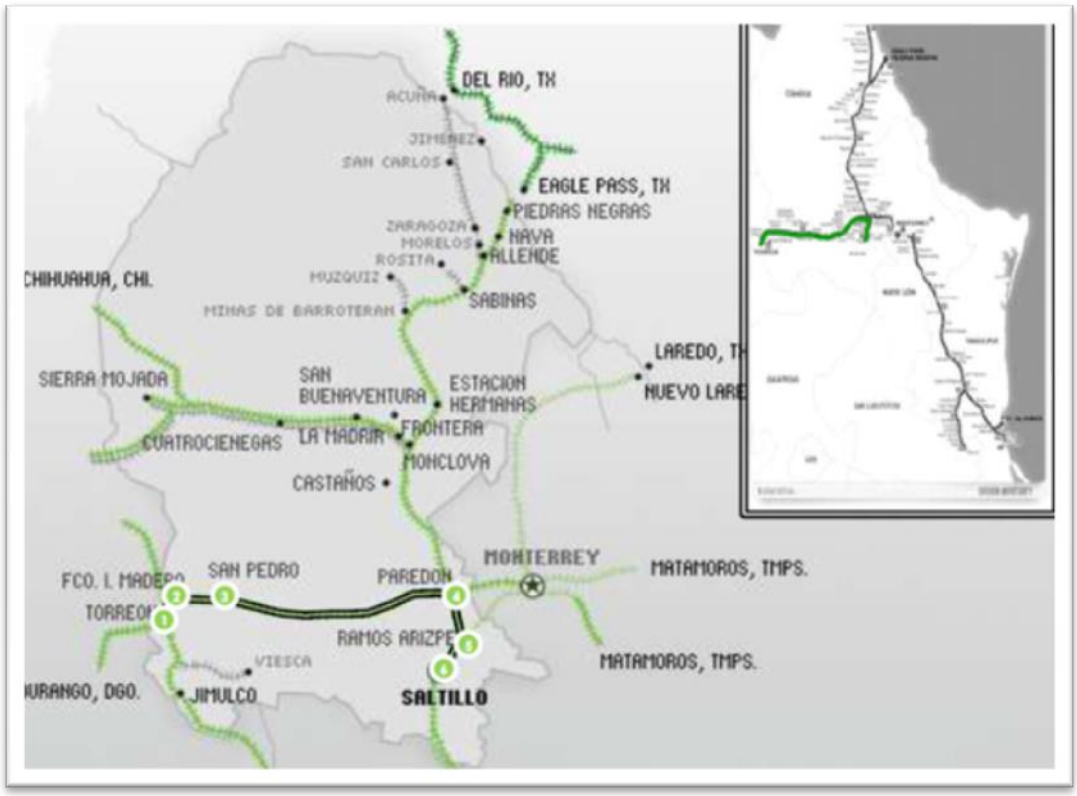
PROYECTO 14. TREN TURÍSTICO RUTA DE VILLA	
DESCRIPCIÓN	El tren Turístico Ruta de Villa (Saltillo - Torreón) es un proyecto que pretende ser complementario al Expreso del Desierto (Frontera – Cuatro Ciénegas). Este tipo de atractivos se realizan para resaltar los encantos naturales y culturales de las distintas localidades que integran la región. El proyecto considera las siguientes acciones a.- acondicionamiento de las estaciones del tren, b.- adecuación de los trenes ambientados de acuerdo a la época y c.- diseño del recorrido.
LOCALIZACIÓN	La ruta de Villa recorre las estaciones de ferrocarril anteriormente en uso para personas de Ramos Arizpe, Paila, Paredón y Francisco I Madero.
PRODUCTO	Esta obra permitirá detonar un producto turístico en torno a Pancho Villa. Los visitantes podrán realizar un ameno y divertido recorrido a bordo del tren, durante el cual actores caracterizados como revolucionarios le darán un toque divertido a su aventura. Además en las diferentes estaciones podrán degustar de la exquisita gastronomía coahuilense, y adquirir productos artesanales de la región.
MERCADO	Turismo para todos y cultural.
FACTIBILIDAD	Aprovechamiento de las iniciativas federales para el impulso al transporte de pasajeros vía ferrocarril, expectativas de tasas altas de recuperación por el alto impacto esperado como atracción turística, fomento a medios alternativos de transporte.
PROBLEMAS A RESOLVER	Profesionalización de personal, Mantenimiento preventivo y correctivo continuo, pandillerismo.
ACCIONES A REALIZAR	Construcción, rehabilitación y acondicionamiento de estaciones, Adecuación de trenes.
METAS	Fortalecimiento del Turismo Cultural. 177 mil visitantes anuales para 2030.
AGENTES INVOLUCRADOS	Gobierno Federal, Gobierno del Estado, Gobierno Municipal e Iniciativa Privada.
MONTO	160 millones de pesos, mezcla de recursos de los gobiernos federal, estatal y municipal, así como de iniciativa privada.

Ubicación: La ruta de Villa recorre las estaciones de ferrocarril anteriormente en uso para personas de Ramos Arizpe, Paila, Paredón y Francisco I Madero.

El Proyecto considera Construcción y Rehabilitación de Estaciones. Acondicionamiento de las estaciones que permitan la recepción de los visitantes en condiciones adecuadas, se deben considerar espacios para comida, comerciales y servicios sanitarios. Adecuación de los trenes, se considera necesario que los trenes sean ambientados de acuerdo a la época, para que resulten atractivos.

Inversión pública con un monto requerido de $160.00 millones de pesos.
El Turismo Cultural, será el que resultará más atraído hacia este proyecto. Se espera que este segmento ascienda al año 2030 a 177 mil visitantes anuales.

DIAGRAMA FERROVIARIO DEL PROYECTO.



El Tren Turístico Ruta de Villa (Saltillo-Torreón), es un proyecto que pretende ser complementario al Expreso del Desierto (Frontera-Cuatro Ciénegas). Este tipo

de atractivos tienen la finalidad de ofrecer a los visitantes un paseo que dé a conocer las distintas localidades que integran la región y sus encantos naturales y culturales.

Se propone la creación de un recorrido agradable, que integre además el aprendizaje de la historia, costumbres y gastronomía de la región; así como la importancia de estos medios de comunicación en la historia del país.

Objetivo:

Mercado objetivo

El turismo para todos y cultural, será el que resultará más atraído hacia este proyecto.

TABLA CONCENTRADORA DE PROYECTOS

FICHA CONCENTRADORA DE PRIORIZACIÓN DE LOS PROYECTOS DEL DESTINO:

Proyecto	Mercado	Factibilidad	Sostenibilidad	Impacto	Recursos Financieros	Gestión	Puntaje	Prioridad
Centro de Convenciones.	Alto	Alto	Alto	Alto	100% Federal Alto	Alto	30	1
Plaza Mayor de Torreón, Paseo Turístico	Alto	Alto	Alto	Alto	50 % Municipal 50% Federal Alto	Alto	30	**2**
Proyecto del Centro Turístico Religioso ¨Jerusalen¨ (Cristo de las Noás)	Alto	Alto	Alto	Alto	50% Estatal 50% Federal Bajo	Alto	28	**3**
Proyecto construcción de Teleférico en el Cerro del Cristo de las Nóas.	Alto	Alto	Alto	Alto	50% Federal 50% Estatal Medio	Alto	28	4
Centro Interactivo LALA - Peñoles - Modelo	Alto	Alto	Alto	Alto	50% Federal 30% Estatal 20% Privado Medio	Alto	28	5
Centro de Integración Empresarial el ¨Realito¨ en Jimulco	Alto	Alto	Alto	Alto	50% Federal 50% Estatal Medio	Alto	28	6
Rehabilitación del Bosque Venustiano Carranza.	Alto	Alto	Alto	Alto	50% Federal 50% Estatal Medio	Alto	28	7
Proyecto de Mejoramiento del ¨Manto de la Virgen¨.	Alto	Alto	Alto	Alto	50% Federal 50% Estatal Medio	Alto	28	8
Centro de Diseño platero de alta calidad.	Medio	Alto	Medio	Medio	50% Federal 50% Estatal Alto	Alto	26	10
Centro Recreativo Jimulco.	Medio	Medio	Alto	Alto	50% Federal 50% Estatal Medio	Alto	24	11
Corredor Paseo Morelos.	Medio	Alto	Alto	Alto	50% Federal 50% Estatal Bajo	Alto	24	12
Parque Río Nazas.	Medio	Alto	Alto	Alto	50% Federal 50% Estatal Bajo	Alto	24	13
Rehabilitación de la Alameda Zaragoza.	Medio	Alto	Alto	Alto	50% Federal 50% Estatal Bajo	Alto	24	14
Tren Turístico Ruta de Villa.	Alto	Baja	Alto	Alto	50% Federal 50% Estatal Medio	Alto	24	15

La prioridad de los Proyectos se estableció de acuerdo a "la Guía para la Conformación de Proyectos de Inversión de las Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos", cabe hacer mención que por los criterios empleados por el Estado en la selección de proyectos que se incluyen en la Agenda de Competitividad de Torreón, el órden que seguirá el Estado para su atención, de 2015 a 2017 se hará de acuerdo a los techos financieros que se asignen.

Para proyectar la concurrencia se consideró el Programa para el Desarrollo Regional Turístico Sustentable (PRODERETUS) de la Secretaría de Turismo acuerda con el Gobierno del Estado. Las concurrencias podrán variar según la participación del Estado o de la Federación con otros fondos aplicables que se identifiquen en forma anual.

Destino:					
Número del Indicador	**Nombre del Indicador**	**Código**	**Cauntitativa**	**Cualitativa**	**Datos**
	Oferta Turística				
1	Número de museos	OT1	X		11
2	Número de monumentos	OT2	X		82
3	Número de restaurantes y bares	OT3	X		103 y 16
4	Número de agencias de viajes	OT4	X		21
5	Existencia de zonas arqueológicas dentro de destino	OT5	X		0
6	Número de cuartos de hotel	OT6	X		3.063
7	Número de establecimientos de alimentos y bebidas	OT7	X		120
8	Afluencia de transporte local del destino	OT8		X	16
9	La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del destino	OT9		X	374
10	Número total de rutas del destino turístico	OT10	X		4
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		0
12	Total de rutas turísticas	OT12	X		4
13	Número de hoteles por categoría	OT13	X		31
14	Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos.	OT14		X	
15	Declaratoria de zona de monumentos históricos	OT15	X		82
16	Gasto promedio de turistas	OT16	X		$1,000.00
17	Estadía promedio de turistas (días)	OT17	X		6 días
18	Número de actividades de ocio disponibles	OT18	X		0
	Democratización de la Productividad Turística				
1	Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico	DP1	X		2.4%
2	Nivel de bienestar (calidad de vida)	DP2		X	65 puntos
3	Salario promedio diario de cotización	DP3	X		$77.22
4	Número de empleos (directos) en el sector turístico	DP4	X		10701
5	Tasa de desocupación	DP5	X		0.24%
6	Índice de Rezago Social	DP6	X		0.15
7	Índice de Marginación	DP7	X		-1.89
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	7.0%
2	Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación municipales	ST2	X		4
3	Porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado	ST3	X		80%
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		12
7	Áreas naturales protegidas	ST7	X		3
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		35
16	Número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles	ST16	X		1

17	Certificado Programa Playas Limpias	ST17	X		0
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	5.160
	Formación y certificación				
1	Grado promedio de escolaridad	FC1	X		10.2 años
2	Recursos humanos calificados para atender el sector turismo	FC2	X		2,474.2
3	Porcentaje de personal del destino con educación turística	FC3	X		0
4	Planes de capacitación turística	FC4		X	11
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		2
7	Porcentaje de empresas con distintivo M	FC7	X		0
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
2	Existencia de servicios de apoyo al turista	AI2	X		7
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		$1.017
6	Reglamento de imagen urbana vigente	AI6		X	
7	Grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados	AI7	X		variable
8	Acceso a servicios básicos	AI8		X	
9	Flujo de Personas y Medios de Transporte	AI9	X		2450
	Seguridad Patrimonial y Física				
1	Percepción del nivel de inseguridad	SP1		X	
2	Porcentaje de delitos menores en relación a la población	SP2	X		no hay registro
3	Número de policías en relación a la población	SP3	X		750
4	Incidencia delictiva	SP4	X		variable
5	Delitos a mano armada	SP5	X		335.8
6	Homicidios dolosos	SP6	X		33.9%
7	Delitos a las instituciones de banca y crédito	SP7	X		0
8	Delitos contra la salud	SP8	X		115
9	Delitos no denunciados	SP9	X		no hay datos
10	Denuncias del fuero común	SP10	X		233
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		36%
14	Volumen reciclado de desechos	SP14	X		0
15	Programas para el manejo de residuos peligrosos	SP15	X		no hay registro
16	Centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas)	SP16	X		9
	Promoción y Comercialización				
1	Porcentaje de visitantes y turistas que regresan	PC1	X		32%
2	Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino	PC2	X		No hay registro
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			
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		30
	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		variable
15	Presupuesto gubernamental destinado al turismo – estatal y municipal	GD15	X		$5,808.130.00
	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		268
4	Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés	TI4	X		67
5	Indicadores de localización del destino	TI5	X		4
6	Hits de visitas al portal del destino	TI6	X		300
7	Líneas telefónicas	TI7	X		48
8	Teléfonos móviles	TI8	X		34
9	Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico	TI9	X		1
10	Existencias de puntos de información turística	TI10	X		variable
11	Sistema de Información Estadística del Turismo	TI11		X	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Oferta Turística***
Indicador: ***1*** ***Número de museos*** **11**
Código de Indicador: ***OT1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 11

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: **El número de museos que tiene Destino Turístico Torreón, es un indicador de oferta turística.**

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripcion : **En Torreón existen 11 museos, algunos muy conocidos son: 1.- Museo Arocena amplio y moderno museo, construido el 1910 frente a la Plaza de Armas. 2.- Museo Regional de la Laguna, es uno de los mas importantes museos de la ciudad. Cuenta con talleres de artesanía y modelaje. 3.- Museo del Ferrocarril, se construyó donde fue la primera estación. Este año contará con una importante**

Método de obtención:

Observación directa	x
Registros Administrativos	
Información Estatal	x
Información de la Web	

Fuente: ***Ley Federal sobre monumentos y zonas arqueológicas artíticas e históricas.***

Periodicidad de actualización: ***Anual, permanente.***

Validación con:

INEGI	***x***
Registro Nacional de Turismo	

Otro: **Centro INAH, Coahuila**

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Oferta Turística***						
Indicador: ***2***			***Número de monumentos*** **: No se cuenta registro de ellos por el Municipio. Y 82 por parte del INAH.**			
Código de Indicador: ***OT2***						
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	82
¿Qué mide el indicador/variable?			***Descripción del Indicador:*** **El número que cuenta el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.**			
Detalles y Comentarios del Indicador:			***Descripción:*** **En Torreón existen algunos muy conocidos como: 1.- Teatro Isauro Martínez, es considerado el segundo más bello del país construido en 1928. 2.- La iglesia de Nuestra Señora de Guadalupe. 3.- El Cristo de las Noas, imponente escultura a 1300 msnm. El mas importante para la fé de los habitantes y**			
Método de obtención:			Observación directa	x		
			Registros Administrativos	x		
			Información Estatal	x		
			Información de la Web			
Fuente:			**Dirección de Turismo Municipal.**			
Periodicidad de actualización:			***Anual, permanente***			
Validación con:			INEGI			
			Registro Nacional de Turismo	***x***		
			Otro:			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor:	***Oferta Turística***					
Indicador:	***3***		***Número de restaurantes y bares 103 restaurantes y 16 bares***			
Código de Indicador:	***OT3***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	103 y 16
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador:El número de restaurantes y bares con que tiene el Destino Turístico deTorreón, es un indicador de oferta turística.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: Torreón cuenta con una gran variedad de restaurantes y bares, para todos los gustos del visitante. Platillos de la región e internacional. Desde comida rápida hasta gourmet. Y bares para todos los gustos y edades.***					
Método de obtención:	Observación directa	x				
	Registros Administrativos	x				
	Información Estatal	x				
	Información de la Web	x				
Fuente:	***CANIRAC, CANACOTO, Municipio.***					
Periodicidad de actualización:	***Anual y permanente***					
Validación con:	INEGI					
	Registro Nacional de Turismo	***x***				
	Otro: Dirección de Alcoholes Municipal	x				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Oferta Turística***
Indicador: ***4***
Código de Indicador: ***OT4***

Número de agencias de viajes: 21

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 21

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número que tiene el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : El turismo local y foráneo cuenta con agencias de viajes distribuídas en las zonas hoteleras y centro histórico para poder consultarlas fácilmente. Entre ellas estan: Viajes Interlag, Primex S.A., etc.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***CANACOTO, INEGI***	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: CANACO y Dirección de Turismo Munc. X	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Oferta Turística***
Indicador: ***5***
Código de Indicador: ***OT5***

Existencia de zonas arqueológicas dentro de destino: No hay

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	0

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Torreón no cuenta con zonas arqueológicas propias

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción : No hay zonas arqueológicas en el propio municipio, sin embargo si en sus alrededores donde el turista se puede transladar facilmente, como las existentes en el Municipio de General Cepeda y observar a los dinossurios.

Método de obtención:		
	Observación directa	x
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	

Fuente: ***Centro INAH Coahuila, Plan de Desarrollo Estatal 2011-2017***

Periodicidad de actualización: ***anual, permanente***

Validación con:		
	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: INAH estatal	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Oferta Turística***
Indicador: ***6***
Código de Indicador: ***OT6***

Número de cuartos de hotel: 3,063

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	3.063

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicado:El número de cuartos que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador para la oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: Torreón cuenta para el visitante, con 6 hoteles de 5*, 11 hoteles de 4* y 14 hoteles de 3*. Todos ellos con los servicios necesarios para el turista local y foráneo.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***CANACO, Dirección de Turismo Municipal y Ayuntamiento de Torreón***	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Dirección de Turismo. CANACO	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Torreón, Coahuila

Factor:	***Oferta Turística***				
Indicador:	***7***	***Número de establecimientos de alimentos y bebidas: 120***			
Código de Indicador:	***OT7***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	120	
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de establecimientos de alimentos y bebidas en Torreón, es un indicador de oferta turísitca.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Torreón cuenta con un gran número de establecimientos y bebidas para todo gusto y presupuesto.***				
Método de obtención:	Observación directa	x			
	Registros Administrativos	x			
	Información Estatal	x			
	Información de la Web	x			
Fuente:	***Dirección de Desarrollo Urbano, Dirección de Turismo ,INEGI.***				
Periodicidad de actualización:	***anual, permanente***				
Validación con:	INEGI	***x***			
	Anuario Estadístico				
	Otro: Desarrollo Urbano Municipal	x			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Oferta Turística***						
Indicador: ***8***	***Afluencia de transporte local del destino : Via terrestre,aérea y carretera***					
Código de Indicador: ***OT8***	***rutas de transporte 11, aérea 1, rutas turísticas 4***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	16
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de transporte local del destino Torreón es un indicador de oferta turística.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: Hay una gran afluencia carretera con transportes con autobuses Coahuilenses, La Laguna, Futura, etc. Aérea por el Aereopuerto Int. Francisco Sarabia y carretera como las autopistas Monterrey, Durango, Saltillo y Chihuhua.***					
Método de obtención:	Observación directa	x				
	Registros Administrativos	x				
	Información Estatal	x				
	Información de la Web					
Fuente:	***Dirección Transportes, OMA, Dirección de Desarrollo Urbano***					
Periodicidad de actualización:	***permanente***					
Validación con:	INEGI	***x***				
	Anuario Estadístico	x				
	Otro: Municipio y OMA	x				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Oferta Turística***						
Indicador: ***9***	***La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del destino 374***					
Código de Indicador: ***OT9***						
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	374
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del IndicadorE: El número que tiene el Destino Turístico de Torreón en productos turísticos es un indicador de oferta turística.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción En la variedad y suficiencia de ofertas de productos turísticos se realizo un conteo de todos los productos turísiticos que se ofrecen al visitante como museos, teatros, sitios de interés, restaurantes, alimentos y bebidas, eventos, etc.***					
Método de obtención:	Observación directa	x				
	Registros Administrativos	x				
	Información Estatal	x				
	Información de la Web	x				
Fuente:	***Estatal, municipal. CANACO, CANIRAC***					
Periodicidad de actualización:	***permanente***					
Validación con:	INEGI	***x***				
	Anuario Estadístico					
	Otro: CANACOTO, turismo municipal	x				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Oferta Turística***					
Indicador: ***10***			***Número total de rutas del destino turístico: 4 locales***		
Código de Indicador: ***OT10***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )		Cuantitativo (X)	Valor Observado:	4
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: Torreón cuenta con 4 rutas de destino turístico para los visitantes.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : La ruta uno es la de sitios histórico, la ruta dos a museos, la ruta 3 atractivos turísiticos y la ruta 4 parques y jardines.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos	x			
	Información Estatal	x			
	Información de la Web				
Fuente:	***Municipio***				
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***				
Validación con:	INEGI	***x***			
	Anuario Estadístico				
	Otro: Dirección de Desarrollo Urbano	x			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor:	***Oferta Turística***				
Indicador:	***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 : 0***			
Código de Indicador:	***OT11***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	0	
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del IndicadorTorreón no cuenta con declaratorias UNESCO, no hay precencia de CONACULTA en el destino.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción : Torreón no cuenta con declaratorias patrimonuiales por parte de la UNESCO. El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes no cuenta con delegación estatal o municipal, únicamente hay delegación del INAH.***			
Método de obtención:		Observación directa	x		
		Registros Administrativos	x		
		Información Estatal	x		
		Información de la Web			
Fuente:					
Periodicidad de actualización:		***permanente***			
Validación con:		INEGI			
		Anuario Estadístico	x		
		Otro: Estatal, Municioal, INAH.	X		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Oferta Turística***						
Indicador: ***12***			***Total de rutas turísticas 4***			
Código de Indicador: ***OT12***						
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	4
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador El número de rutas turísticas de Torreón es un indicador de oferta turística.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción Torreón tiene 4 rutas turísticas en operación continua para sitios históricos, museos, parque y plazas y atractivos.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos	x				
	Información Estatal	x				
	Información de la Web	x				
Fuente:						
Periodicidad de actualización:	***permanente***					
Validación con:	INEGI	***x***				
	Anuario Estadístico					
	Otro: Gob. Del Estado y Municipio.	X				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Oferta Turística***						
Indicador: ***13***			***Número de hoteles por categoría 31***			
Código de Indicador: ***OT13***						
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	31
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador : El número de hoteles por categoría que tiene el destino turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción . Torreón cuenta con 6 hoteles de 5*, 11 de 4* y 14 de 3*.***					
Método de obtención:	Observación directa	x				
	Registros Administrativos	x				
	Información Estatal	x				
	Información de la Web					
Fuente:	***CANACOTO, INEGI***					
Periodicidad de actualización:	***permanente***					
Validación con:	INEGI	***x***				
	Anuario Estadístico					
	Otro: Dirección de turismo municipal	x				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor:	***Oferta Turística***					
Indicador:	***14***		***Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos.***			
Código de Indicador:	***OT14***		***2 inavetarios, 2000 volantes anuales***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	2002
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador El número que tiene el Destino Turístico de Torreón en atractivos y prestadores de servicios turísticos es un indicador de oferta turística.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción Torreón cuenta con diversos atractivos, los cuales se han publicitado por medio de catálogos y volantes que se reparten en los módulos de información de la dirección de turismo, museos y sitios de interés.***					
Método de obtención:	Observación directa	x				
	Registros Administrativos	x				
	Información Estatal	x				
	Información de la Web	x				
Fuente:	***INEGI, CANACO, CANIRAC.***					
Periodicidad de actualización:	***permanente***					
Validación con:	INEGI	***x***				
	Anuario Estadístico	x				
	Otro: INEGI, Estatal y Municipal.					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Oferta Turística***
Indicador: ***15*** ***Declaratoria de zona de monumentos históricos 82***
Código de Indicador: ***OT15***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 82

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador El número de monumentos históricos que tiene el destino turístico Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Se tienen registrados por parte del INAH, en su Catálogo Nacional a 82 monumentos históricos, entre casas, iglesias, comercios, etc. Se continúa haciendo el registro. Ej: Casino La Laguna, Banco Chino.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Centro INAH Coahuila***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Catálogo Nacional del INAH	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Oferta Turística***
Indicador: ***16*** — ***Gasto promedio de turistas $1,000.00***
Código de Indicador: ***OT16***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	$1,000.00

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número que tiene el Destino Turísitico de Torreón en gasto promedio es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Torreón cuenta con dos tipos de turismo principalmnete; el de negocios o ejecutivo y el turista de placer.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***por día y semanal***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	x
	Otro: Datos estatales y municipales	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Oferta Turística***					
Indicador: ***17***			***Estadía promedio de turistas (días) 2 de negocios 4 placer***		
Código de Indicador: ***OT17***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )		Cuantitativo (X)	Valor Observado:	6 días
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número que tiene el Destino Turísitico de Torreón es un indicador de oferta turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción Torreón cuenta con dos tipos de turistas, principalmente el de negocios cuya estadía es de dos días y el turista de placer que generalmente está entre 4 días.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos	x			
	Información Estatal	x			
	Información de la Web	x			
Fuente:					
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***				
Validación con:	INEGI	***x***			
	Anuario Estadístico				
	Otro: CANACOTO, Turismo Municipal.	x			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Oferta Turística***					
Indicador: ***18***	***Número de actividades de ocio disponibles No se tiene registro***				
Código de Indicador: ***OT18***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(x)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: 0
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de actividades de ocio que tiene el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: Torreón cuenta con muchas actividades de ocio como el turismo urbano, turismo de naturaleza, deportivo, balnearios, etc. Visitas a parques, plazas, el Cristo de las Noas, Museos y eventos deportivos y turísticos.***				
Método de obtención:	Observación directa	x			
	Registros Administrativos	x			
	Información Estatal	x			
	Información de la Web	x			
Fuente:	***Gob. Estatal y Municipal***				
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***				
Validación con:	INEGI	***x***			
	Anuario Estadístico				
	Otro: Turismo Municipal, Ayuntamiento	x			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***1*** ***Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico 2.4%***
Código de Indicador: ***DP1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	2.4%

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de tasa de crecimiento del empleo que tiene el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción El Plan de Desarrollo Turístico de Torreón promueve programas junto con empresaios y servidores turísticos para elevar la tasa de crecimiento en el sector turísticos. Y otras actividades que generen mayores empleos.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Gob. Estatal y Municipal.***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Municipio.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***2*** ***Nivel de bienestar (calidad de vida) Indicador de menos 65 puntos***
Código de Indicador: ***DP2***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	65 puntos

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador El número que tiene el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: Torreón tiene menos de 65 puntos por debajo de Zacatecas, Acapulco, Cuernavaca. En servicios públicos como drenaje, luz y agua hubo un aumento significativo.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***INEGI***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	x
	Otro: Direc. Salud Munic., Desarrollo Urbano	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***3*** ***Salario promedio diario de cotización Zona B $77.22***
Código de Indicador: ***DP3***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	$77.22

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: De acuerdo al número que tiene el Destino Turístico de Torreón es un indicadr de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : De acuerdo al salario emitido por el IMSS de la zona B señala que a partir del 2013 habrá un cambio donde entra el salario para los prestadores de servicios turísticos.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***INEGI***	
Periodicidad de actualización:	***anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Federal,estatal y municipal	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***4*** ***Número de empleos (directos) en el sector turístico 10,701= 3.68%***
Código de Indicador: ***DP4***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	10701

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de empleos directos en el sector turístico de Torreón es un indicador de oferta turìstica.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Torreón en empleos directos cuenta con 10,701 con un porcentaje de 3.68% en el 2012 a comparación con los empleos indirectos de 26,753.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***INEGI***	
Periodicidad de actualización:	***anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal y Municipal.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***5*** ***Tasa de desocupación 0.24%***
Código de Indicador: ***DP5***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	0.24%

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de desocupación que tiene el Destino Turístico de Torreón es indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : La tasa de desocupación a nivel nacional ha ido en crecimiento, Torreón no ha sido la excepción en este rubro. En Torreón a aumentado en el último trimestre del 2013.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***INEGI***	
Periodicidad de actualización:	***anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Federal, estatal y municipal	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***6*** ***Índice de Rezago Social 15%***
Código de Indicador: ***DP6***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	15%

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número que se tiene de rezago social que tiene el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción . El índice de rezago social en Torreón se debe a varios factores, el desempleo, la tasa de pobreza extrema, falta de servicios.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***INEGI***	
Periodicidad de actualización:	***anual***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal y municipal	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***7***
Código de Indicador: ***DP7***

Índice de Marginación: -1.89

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: -1.89

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El índice de marginación que tiene el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Torreón tiene un alto grado de marginación, ocupa el lugar 37 en el estado.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***INEGI***	
Periodicidad de actualización:	***anual***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal y municipal.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***8*** ***Medición del Impacto social y productivo del Turismo - SAM 0***
Código de Indicador: ***DP8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	0

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador El número que tiene la medición del impacto social y productivo del Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción :El impacto productivo es el 1.01% de PIB . Posesionar a Torreón como una ciudad comnpetitiva y productiva para invertir.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SECTUR, INEGI.***	
Periodicidad de actualización:	***anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	x
	Otro:SECTUR, municipio.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

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: 0

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El encadenamiento productivo que tiene el Destino Turístico de Torreón es un indicador para la oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Este encadenamiento esta propiciado por la iniciativa privada, sociedad civil y gobierno.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Estudio Universitario sobre el tema en Torreón***	
Periodicidad de actualización:		
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***1*** ***Tratamiento de aguas residuales y pluviales 7,0% de uso público***
Código de Indicador: ***ST1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(x)	Valor Observado: 7.0%

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El porcentaje de tratamiento de aguas residuales y pluviales que tiene el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción El agua residual tratada es del 7% con lo que se satisface el 80% de agua potable de la sociedad.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***CONAGUA***	
Periodicidad de actualización:	***anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal, Municipal	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Sustentabilidad Turística***					
Indicador: ***2***	***Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación municipales 4***				
Código de Indicador: ***ST2***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	4	
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en Torreón como Destino Turístico es un indicador de oferta turística***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción Además de la planta tratadora de SIMAS Torreón, se cuenta con otras tres plantas privadas que proporcionan el servicio que son: Ecoambiental de la Laguna, Realtec y Aqua Tecnología de la Laguna.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos	x			
	Información Estatal	x			
	Información de la Web				
Fuente:	***SEMARNAT***				
Periodicidad de actualización:	***anual, permanente***				
Validación con:	INEGI	***x***			
	Anuario Estadístico				
	Otro: Municipio y SEMARNAT	x			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Sustentabilidad Turística***						
Indicador: ***3***				***Porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado 80%***		
Código de Indicador: ***ST3***						
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	80%
¿Qué mide el indicador/variable?			***Descripción del Indicador El porcentaje de cobertura de drenaje y alcantarillado que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:			***Descripción : Se tiene una cobertura del 80%, del total del volúmen utilizado.***			
Método de obtención:			Observación directa			
			Registros Administrativos	x		
			Información Estatal	x		
			Información de la Web			
Fuente:			***SEMARNAT***			
Periodicidad de actualización:			***anual y permanente***			
Validación con:			INEGI	***x***		
			Anuario Estadístico			
			Otro: Gob. Estatal y Municipal	X		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

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	(x)	Valor Observado: 1.01 K. por día

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El porcentaje que tiene el Destino Turístico en Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Los desechos sólidos son depositados en el relleno intermunicipal fuera de la zona urbana. La cantidad gegerada per capita es de 1.01 K. por día. Los hoteles tienen su propia recolección de desechos sólidos***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SEMARNAT***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: SEMARNAT, Desarrollo Urbano Muncp. X	

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor:	***Sustentabilidad Turística***				
Indicador:	***5***	***Normatividad ambiental (Planes y programas en materia de educación ambiental privado) 70% de avance.***			
Código de Indicador:	***ST5***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )		Valor Observado:	70%
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del Indicador La normatividad ambiental tiene en el Destino Turístico de Torreón un indicador de oferta turística.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción : Torreón cuenta con el Programa "Esquema Mixto", para recolección de residuos orgánicos e inorgánicos. Programas de centros de acopio "Puntos Limpios" y "Puntos Verdes". Todos los programas llevan un 70% de avance.***			
Método de obtención:		Observación directa	x		
		Registros Administrativos	x		
		Información Estatal	x		
		Información de la Web			
Fuente:		***SEMARNAT, Dirección de Desarrollo Urbano Municipal***			
Periodicidad de actualización:		***permanente***			
Validación con:		INEGI	***x***		
		Anuario Estadístico			
		Otro: SEMARNAT, Municipio, SECTUR	x		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Sustentabilidad Turística***						
Indicador: ***6***				***Acciones de conservación del patrimonio 12***		
Código de Indicador: ***ST6***						
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	12

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de conservación de patrimonio en el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Conservación de parques, rutas turísticas, reservas naturales y monumentos para el servicio turístico de la región.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Desarrollo Urbano Municipal, INAH Centro Coahuila***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: SECTUR, Municipio, INAH.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***7*** ***Áreas naturales protegidas 3***
Código de Indicador: ***ST7***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 3

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de áreas protegidas naturales en el destino turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Sus áreas protegidas identificadas son: Sierra y Cañón de Jimulco, Cañón de la Cabeza y el Realito.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***SECTUR***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	x
	Otro: SEMARNAT, gob. Estatal y muncp.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***8*** ***Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado 1***
Código de Indicador: ***ST8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	1

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de ordenamientos ecológicos estatal y regional que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Torreón solo cuenta con un ordenamiento ecológico regional, para el área de protección de la Sierra de Jimulco y el Cañón de la Cabeza***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***FONATUR, SEMARNAT***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Desarrollo Urbano Municipal	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***9*** — ***Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico 1***
Código de Indicador: ***ST9***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo (x)	Valor Observado: 1

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: Los estudios de FONATUR y Gobierno Municipal que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Desde hace un año por parte de la Dirección de Turismo de Torreón y FONATUR, un estudio para detonar el turismo en la zona.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***FONATUR***	
Periodicidad de actualización:	***anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Municipal y FONATUR	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***10*** ***Ordenamiento ecológico territorial decretado 1***
Código de Indicador: ***ST10***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	1

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El ordenamiento ecológico territorial decretado para el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Durante esta administración se ha decretado un Ordenamiento Ecológico del Estado que garantice el desarrollo económico en cada región.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SEMARNAT, SECTUR***	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gobierno estatal	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

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?			***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:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***12*** ***Programas y diagnósticos en materia turística municipal 1***
Código de Indicador: ***ST12***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	1

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El programa en materia turística que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: El Programa de Desarrollo Turístico de Torreón, elaboró junto con el Gobierno del Estado y FONATUR, un programa y el diagnóstico para impulsar y fortalecer el desarrollo sostenible de la actividad turística del municipio.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***FONATUR***	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	x
	Otro: Ayuntamiento de Torreón	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***13*** ***Aplicación de sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo 6***
Código de Indicador: ***ST13***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	6

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: La aplicación de sistemas de indicadores de sustentabilidad para el turismo en el DestinoTurístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : El Programa Sectorial de Turismo arrojó 6 indicadores de sustentabilidad turística: Política Estatal de Turismo, Atracción de Inversión, Corresponsabilidad, Desarrollo Regional, Segmentación e Innovación e Infraestructura Turística.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SECTUR***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal y Municipal	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***14*** ***Planes y programas en materia de educación ambiental educativo 3***
Código de Indicador: ***ST14***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	3

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de planes y programas de educación ambiental que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Programa "ProAire Comarca Lagunera" para reducir y controlar la contaminación atmosférica. La Secretaría de Ecología Municipal cuenta con un sistema de monitoreo ambiental y la Dirección Municipal de Medio Ambiente la campaña " A limpiar el Mundo, limpiemos a Torreón"***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SEMARNAT***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Del Estado, Secretaria Ecología	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor:	***Sustentabilidad Turística***				
Indicador:	***15***	***Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos 35 certificadas***			
Código de Indicador:	***ST15***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	35	
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del Indicador: El número que tiene el Destino Turístico de Torreón con empresas, etc., es un indicador de oferta turística.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción : Actualmente hay 35 empresas certificadas en Torreón de calidad ambiental.***			
Método de obtención:		Observación directa			
		Registros Administrativos	x		
		Información Estatal	x		
		Información de la Web			
Fuente:		***PROFEPA***			
Periodicidad de actualización:		***permanente***			
Validación con:		INEGI	***x***		
		Anuario Estadístico			
		Otro: Procuraduría Fed. del Medio Ambiente X			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor:	***Sustentabilidad Turística***				
Indicador:	***16***	***Número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles***			
Código de Indicador:	***ST16***	***1***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)		Valor Observado:	1
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del Indicador: El número que tiene el destino turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción : De acuerdo a datos proporcionados solo se cuenta con el Hotel Torreón Galerías con sello de calidad ambiental turística.***			
Método de obtención:		Observación directa			
		Registros Administrativos			
		Información Estatal	x		
		Información de la Web			
Fuente:		***PROFEPA***			
Periodicidad de actualización:		***anual***			
Validación con:		INEGI	***x***		
		Anuario Estadístico			
		Otro:SEMARNAT, SECTUR	x		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***17*** ***Certificado Programa Playas Limpias 0***
Código de Indicador: ***ST17***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (x)	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 0

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: No aplica***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: No aplica al destino turístico de Torreón.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***FONATUR***	
Periodicidad de actualización:	***0***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***18*** ***Programas Balnearios Naturales Limpios de agua dulce 0***
Código de Indicador: ***ST18***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (x)	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 0

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: No aplica***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: A la fecha no hay ningún registro de programas por parte del gobierno Federal, Estatal o Municipal para balnearios de aguas limpias en el Municipio de Torreón, Coahuila.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***FONATUR***	
Periodicidad de actualización:	***0***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor:	***Sustentabilidad Turística***					
Indicador:	***19***	***Número de establecimientos con Certificado Green Globe 0***				
Código de Indicador:	***ST19***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(x)	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	0
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador No aplica***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : En el caso de Torreón no aplica.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal	x				
	Información de la Web					
Fuente:	***FONATUR***					
Periodicidad de actualización:						
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro: Gob. Estatal	x				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***20*** ***Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental 0***
Código de Indicador: ***ST20***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo (x)	Valor Observado: 0

¿Qué mide el indicador/variable? ***Descripción del Indicador: No hay***

Detalles y Comentarios del Indicador: ***Descripción : En la región Laguna-Coahuila-Durango, solo se tienen datos de municipio limpio en Durango el cual no beneficia a Torreón.***

Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SECTUR***	
Periodicidad de actualización:	***0***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal y Municipal	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***21*** ***Consumo de energía por cuarto 5,160 GWh***
Código de Indicador: ***ST21***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	5.160

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador El número de consumo por cuarto en el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: De acuerdo a datos por la Secretaría de Energía, el consumo estijmado de energía por cuarto es de 5,160 GWh anual.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SENER, CONUEE***	
Periodicidad de actualización:	***anual***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro:Comisión para el uso de energía	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Formación y Certificación***
Indicador: ***1*** ***Grado promedio de escolaridad 10.2 años***
Código de Indicador: ***FC1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	10.2 años

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del IndicadorEl grado de escolaridad es bajo para el Destino Turístico de Torreón, es un indicado de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : La población de Torreón tiene casi un año mas de estudios que el resto de Coahuila y un año y medio mas que el promedio nacional.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SEP***	
Periodicidad de actualización:	***anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Municipio	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Formación y Certificación***						
Indicador: ***2***			***Recursos humanos calificados para atender el sector turismo 2,474.2***			
Código de Indicador: ***FC2***						
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	2,474.2
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número que tiene el Destino Turístico de Torreon es un indicador de oferta turística.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Se cuenta con poco personal calificado el último dato obtenido en el 2011 fue del 6.8%.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos	x				
	Información Estatal	x				
	Información de la Web					
Fuente:	***INEGI***					
Periodicidad de actualización:	***anual, permanente***					
Validación con:	INEGI	***x***				
	Anuario Estadístico					
	Otro: SEP, Gob. Estatal y Municipal.	X				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Formación y Certificación***
Indicador: ***3*** ***Porcentaje de personal del destino con educación turística 0***
Código de Indicador: ***FC3***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 0

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador No hay datos para el destino turístico de Torreón que sea indicador del destino turístico.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : A la fecha no se tiene un registro del personal turísitco con educación o certificación en el destino. Aunque si hay cursos impartidos en este rubro.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***SEP, Secretaría de Turismo***	
Periodicidad de actualización:	***o***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal y Municipal.	X

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Formación y Certificación***
Indicador: ***4*** ***Planes de capacitación turística 11***
Código de Indicador: ***FC4***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(x)	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	11

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de planes de capacitación que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : El Programa Estatal de Turismo en Coahuila ha ndado cursos de capacitación empresarial PYMES, también la Secretaría de Turismo. Universidad Autónoma de la Laguna, UANE campus Laguna, Secretaría de Turismo.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SECTUR***	
Periodicidad de actualización:	***mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal, Universidades	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Formación y Certificación***				
Indicador: ***5***	***Percepción sobre la calidad en los planes de capacitación turística a través de una revisión general de su contenido***			
Código de Indicador: ***FC5***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:	0
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: De acuerdo a la percepción sobre la calidad de capacitación turística en el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : El interés turistico ya sea por estudiantes o personal que labora en hoteles, pretadores de servicios y empresas se muestra un gran interés en estos planes de capacitación turística.***			
Método de obtención:	Observación directa			
	Registros Administrativos			
	Información Estatal	x		
	Información de la Web	x		
Fuente:	***Iniciativa privada***			
Periodicidad de actualización:	***permanente***			
Validación con:	INEGI	***x***		
	Anuario Estadístico			
	Otro: Gob. Estatal y SEP	x		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Formación y Certificación***					
Indicador: ***6***	***Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Programa distintivo H 2***				
Código de Indicador: ***FC6***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 2		
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de certificados del distintivo H en el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : A nivel estatal se han entregado 50 certificados del distintivo H, en Torreón solo dos empresas el Hotel Crowne Plaza Torreón y la cadena Soriana estan registradas.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	x			
	Información de la Web				
Fuente:	***SECTUR***				
Periodicidad de actualización:	***permanente***				
Validación con:	INEGI	***x***			
	Anuario Estadístico				
	Otro: SECTUR, Gob. Municipal	x			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Formación y Certificación***
Indicador: ***7*** ***Porcentaje de empresas con distintivo M 0***
Código de Indicador: ***FC7***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	0

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: Se han capacitado a trabajadores, el nùmero que tiene el Destino Turístico en Torreón de porcentaje de empresas con distintivo M, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : En el edtado se han entregado 40 certificados, no se encuentran porcentajes de datos de empresas certificadas por SECTUR en Torreón, se han capacitado a 38 personas y beneficiado 19 empresas.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SECTUR***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: SECTUR, IP.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Formación y Certificación***
Indicador: ***8*** ***Número de guías de turistas certificados 0***
Código de Indicador: ***FC8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	0

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de guías certificados en el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Se tiene el dato de 5 guías certificados en el estado. Se han capacitado a 36,025 orestadores de servicios. Torreón actualmente no se tiene el dato de guías certificados en el municipio.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SECTUR***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: FONATUR	x

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor:	***Formación y Certificación***				
Indicador:	***9***	***Cuenta con un sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes 0***			
Código de Indicador:	***FC9***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:	0	
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del Indicador: El sistema de información que evalúe la satisfacción de los turistas en el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción : La Dirección de Turismo Municipal y Desarrollo Urbano realizan encuestas periódicamente a los visitantes, en hoteles, páginas web, vía telefófica, etc. Que sirven como parámetro para medir la satisfacción del visitante.***			
Método de obtención:		Observación directa			
		Registros Administrativos			
		Información Estatal			
		Información de la Web	x		
Fuente:		***Gob. Municipal***			
Periodicidad de actualización:		***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***			
Validación con:		INEGI	***x***		
		Anuario Estadístico			
		Otro: Direc. De Turismo y Desarrollo Urbano x			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Formación y Certificación***					
Indicador: ***10***	***Indicadores de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes 0***				
Código de Indicador: ***FC10***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(x)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: 0
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: Los indicadores de calidad en el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de la oferta turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción :La satuisfacción de los visitantes no se tienen identificados en Torreón, se observan los de la oferta turística y demanda turística.***				
Método de obtención:	Observación directa	x			
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web				
Fuente:	***Empresas, Municipio***				
Periodicidad de actualización:	***permanente***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Dirección de Turismo Municipal.	X			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***1*** ***Conectividad aérea 10***
Código de Indicador: ***AI1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	10

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: El destino turístico de Torreón es donde existe la mayor oferta de vuelos comerciles nacionales e internacionales, con vuelos directos a México, Durango, Chihuahua, CanCún, Monterrey, etc.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***OMA Municipio***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: OMA, Dirección de transportes Munc. X	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***2*** ***Existencia de servicios de apoyo al turista 7***
Código de Indicador: ***AI2***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	7

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: La existencia de servicios de apoyo al turista en el Destino Turístico de Torreón, es indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : El Programa de Información al visitante informa sobre los atractivos turísticos, por parte del municipio, turismo municipal y museos hay módulos de información al turista en zonas estratégicas***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***SECTUR***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Dirc. Turismo Municipal.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

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: 0

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: La calidad y suficiencia de la infraestructura terrestre y aérea del Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : El municipio de Torreón cuenta con una infraestructura carretera y aérea de calidad para la movilidad del turista local y foráneo.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SCT***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: SCT, Direc. Desarrollo Urbano Munip. X	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***4*** ***Calidad en el transporte local del destino 25%***
Código de Indicador: ***AI4***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	25%

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: La calidad del transporte local del Destino Turístico en Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: Se puede calificar como deficiente, taxis y camiones en mal estado. Moviliza alrededor del 25% de la población. En el Pkan de desarrollo Municipal 2013, se contempla mejorar el transporte.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:	***SCT***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Desarrollo Urbano, Transporte Público x	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***5*** ***Tarifas hoteleras*** ***$1.017***
Código de Indicador: ***AI5***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(x)	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	$1.017

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: Las tarifas hoteleras que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: Torreón cuenta con hoteles de diferentes categorías de 5* la tarifa varia entre $1,700 a $1,200 pesos de 4* entre $850 a $650 pesos y de 3* entre $700 a $500 pesos de acuerdo al visitante.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	x
Fuente:	***CANACOTO***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Turismo Municipal, IP.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

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?	***Descripción del Indicador: el reglamento de imagen urbana tque tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : El Reglamento de Asentamientos Humanos, Desarrollo Urbano,Construcciones para el Municipio de Torreón vigente garantiza todas las acciones urbanas que se realicen en el municipio.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SCT***	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Desarrollo Urbano Municipal.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

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:	variable
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El grado de avance y aplicación de los planes de desarrollo urbano del Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Torreón cuenta con una buena infraestructura hotelera, sitios históricos que pueden ser aprovechados, se planea revitalizar el Centro Histórico y mejorar espacios públicos como el paseo peatonal Rio Nazas.***				
Método de obtención:	Observación directa	x			
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	x			
	Información de la Web				
Fuente:	***Dirección de Desarrollo Urbano***				
Periodicidad de actualización:	***permanente***				
Validación con:	INEGI	***x***			
	Anuario Estadístico				
	Otro: Municipio. Gob. Estatal	x			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***8*** ***Acceso a servicios básicos***
Código de Indicador: ***AI8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: De acuerdo a los datos proporcionados en el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : De acuerdo a datis de CONEVAL la población en Torreón tiene un número de carencias de 3.0 en vivienda, 2.4 en servicios de salud, 1.7 carencias sociales. Hay que combatir la pobreza y ampliar la cobertura de servicios.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***CONEVAL***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Municipio, SIMAS. Desarrollo Urbano	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***9*** ***Flujo de Personas y Medios de Transporte 2450***
Código de Indicador: ***AI9***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	2450

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de flujo de personas y medios de transporte del Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : En Torreón se maneja un promedio de 2,450 pasajeros diarios en la Central Camionera. Hay 4 rutas turísticas en el municipio.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Dirección Municipal de Transporte Urbano***	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Municipio	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***1*** ***Percepción del nivel de inseguridad variable***
Código de Indicador: ***SP1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: variable

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de percepción de nivel de inseguridad se mantiene en el destino turísitico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: De cuadro a los otros indicadores los índices de inseguridad han aumentado tomando en cuenta lo siguiente: asaltos a negocio pasaron de 78 a 88. robo de vivienda de 68 a 74, asalto a persona de 21 a 32. Homicidios: de 54 a 98. Robo de autos: de 205 a 160. Robo de vivienda: de 68 a 74.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Dirección de Seguridad Pública Municipal***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	x
	Otro: Municipio. Gob Estatal.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***2*** ***Porcentaje de delitos menores en relación a la población no hay registro***
Código de Indicador: ***SP2***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(x)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: no hay registro

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El procentaje de delitos menores en el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : No se tiene un cálculo exacto por parte del municipio ya que muchos delitos no son denunciados.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***INEGI***	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro:Dirc. Municipal de Policía.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***3*** ***Número de policías en relación a la población 750***
Código de Indicador: ***SP3***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	750

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: el número que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : En Torreón hay enh activo 750 policías, déficit a comparación del número de población. Hay planes de aumentar el número durante este gobierno.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Seguridad Pública Municipal***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal y Municipal	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***4*** ***Incidencia delictiva variable***
Código de Indicador: ***SP4***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(x)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	variable

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador. El Destino Turístico de Torreón en incidencia delictiva es un indicador variable de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Ha habido un crecimiento en homicidio doloso, una ausencia de denuncia en secuestro y extorsión; y una baja en la denuncia de robo violento. Se estan desarrollando programas en los tres niveles de gobierno.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Municipio Seguridad Pública***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal y Municipal.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***5*** ***Delitos a mano armada 335.8***
Código de Indicador: ***SP5***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	335.8

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Robo con violencia, 335.8 denuncias promedio mensual en el 1er semestre 2012. Con una tasa 2.1 mayor que la nacional en 2011.*** ***Bajó 24.9% el 1er semestre de 2012.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Gobierno del Estado***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Seguridad Pública Municipal.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor:	***Seguridad Patrimonial y Física***					
Indicador:	***6***			***Homicidios dolosos 33.9%***		
Código de Indicador:	***SP6***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	33.9%
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de homicidios dolosos que tiene el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: De acuerdo con INEGI, 8 de cada 10 homicidios dolosos en la Zona Metropolitana de la Laguna ocurrieron en las ciudades de Torreón y Gómez Palacio durante 2010.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal	x				
	Información de la Web					
Fuente:	***INEGI***					
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, anual, permanente***					
Validación con:	INEGI	***x***				
	Anuario Estadístico					
	Otro: Direccón de Seguridad Pública Munc. X					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***7*** ***Delitos a las instituciones de banca y crédito No hay registros***
Código de Indicador: ***SP7***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(x)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: No hay registro

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: Los delitos a instituciones bancarias que hay en el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : No se tienen registro de este delito sin embargo se puede comentar que el delito en este rubro apenas y sucede en la región esporádicamente.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Seguridad Pública.***	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Dir. Policía y Seguridad Pública Munc. X	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***8*** ***Delitos contra la salud 115***
Código de Indicador: ***SP8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	115

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El delito contra la salud que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Los delitos contra la salud estan relacionados con delitos a mano armada y otro tipo de delitos. Se tienen contabilizados 115 delitos.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Municipio***	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Dirección de Salud Munc. Y Policia	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***9*** ***Delitos no denunciados no hay datos***
Código de Indicador: ***SP9***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(x)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: no hay datos

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: Los datos que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: Ha habido una disminución de casi el 25% en la denuncia de delitos***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Dirección de Seguridad Pública***	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal y Municipal.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***10*** ***Denuncias del fuero común 233***
Código de Indicador: ***SP10***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	233

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de denuncias en el destino turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción ;: Solo un porcentaje muy bajo de delitos del fuero común se tiene registrado a la fecha, en el municipio de Torreón.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Seguridad Pública***	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Pilicia Municipal. Ayuntamiento	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor:	***Seguridad Patrimonial y Física***				
Indicador:	***11***	***Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles***			
Código de Indicador:	***SP11***	***0***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	0	
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del Indicador: El número que tiene el destino turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción : Por lo regular en los hoteles no se tiene este tipo de equipo por lo que No se encontró ningún dato que hable sobre la operación plantas de tratamiento de aguas residuales, solo las municipales y privadas.***			
Método de obtención:		Observación directa			
		Registros Administrativos			
		Información Estatal	x		
		Información de la Web			
Fuente:		***SEMARNAT***			
Periodicidad de actualización:		***anual, permanente***			
Validación con:		INEGI	<		
		Anuario Estadístico			
		Otro: Dirección de Desarrollo Urbano	X		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

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?	***Descripción del Indicador: El número de hoteles con captación pluvial en el destino turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción . Los hoteles en Torreón no cuentan con captación para aguas pluviales.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SEMARNAT***	
Periodicidad de actualización:	***anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Dirección de Ecología munic.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***					
Indicador: ***13***	***Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU (Residuos Sólidos Urbanos) 36%***				
Código de Indicador: ***SP13***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 36%
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El porcentaje del Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Del volúmen de desechos generados en esta ciudad en Torreón, se tiene un porcentaje registrado del 36%.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	x			
	Información de la Web				
Fuente:	***Dirección de Ecologia.***				
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, anual, permanente***				
Validación con:	INEGI	***x***			
	Anuario Estadístico				
	Otro: SEMARNAT, Dirc. Ecologia munic.	X			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***14*** ***Volumen reciclado de desechos No hay %***
Código de Indicador: ***SP14***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 0%

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El porcentaje de desechos en el destino turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : No se cuenta con el porcentaje del volúmen de reciclado de desechos en el municipio de Torreón.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Dirección de Ecología***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:Municipio	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***15*** ***Programas para el manejo de residuos peligrosos 0***
Código de Indicador: ***SP15***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: no hay registro

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de programas que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción :No se tiene registro de los programas que se llevan a cabo. Estos programas se llevan a cabo en las empresas dedicadas a la industria en Torreón, con temas de importancia como el manejo de residuos.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Direccoíon de Ecología***	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Municipio. Estatal	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***16*** ***Centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas) 6 Públicos 3 Priv.***
Código de Indicador: ***SP16***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	9

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número que se tiene de hospitales en el Destino Turístico de Torreón es un indicador de la oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción Torreón cuenta con 6 hospitales públicos como el ISSSTE o IMSS, y hospitales privados como el Hospital Español, Los Àngeles, etc.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***Dirección de Salud Municipal.***	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Municipio	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Promoción y Comercialización***					
Indicador: ***1***			***Porcentaje de visitantes y turistas que regresan***		***32 % anual***
Código de Indicador: ***PC1***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )		Cuantitativo (X)	Valor Observado:	32%
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del IndicadorEl porcentaje de afluencia de visitantes que tiene el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción: Torreón tuvo un flujo de 146 mil 740 visitantes,durante el año (32% de la afluencia).***			
Método de obtención:		Observación directa			
		Registros Administrativos			
		Información Estatal	x		
		Información de la Web			
Fuente:		***Dirección de Turismo Municipal.***			
Periodicidad de actualización:		***anual***			
Validación con:		INEGI	***x***		
		Anuario Estadístico			
		Otro: Gob. Estatal y Municipal.	X		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***2*** ***Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino No hay registro***
Código de Indicador: ***PC2***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(x)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: No hay registro

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : El turismo en Torreón es generalmente de negocios, y solo un 10% o 20% de placer, los propios hoteles y sitios de interès hacen sus propias encuestas por lo que no se tiene un porcentaje registrado.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:	***Dirección de Turismo Municipal.***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal y municipal.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***3*** ***Diversificación en segmento de población no hay datos***
Código de Indicador: ***PC3***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: no hay datos

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : El Gobierno Estatal y Municipal tienen una serie de planes y programas diseñados para ofrecer productos turísticos a la población de todos los ámbitos sociales y turísticos.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Gob Estatal y Municipal.***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Direcciòn de Turismo y Desarrollo Munc.)	

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***4*** ***Diversificación en segmento mercado Proyectos***
Código de Indicador: ***PC4***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	0

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de proyectos para la diversificación en segmento de mercado del Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción :SECTUR, FONATUR y Gobierno del Estado y Municipio, celebrarán convenios y realización de programas para el impulso del sector turístico en Torreón.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SECTUR, FONATUR***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob, Federsl, Estatal y Municipal	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor:	***Promoción y Comercialización***				
Indicador:	***5***	***Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV´s) u organismos similares 1***			
Código de Indicador:	***PC5***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	1	
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del Indicador: El número que tiene el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción : Torreón actualmente promueve la construcción del Centro de Convenciones y de Negocios de Torreón.***			
Método de obtención:		Observación directa			
		Registros Administrativos			
		Información Estatal	x		
		Información de la Web	x		
Fuente:		***Gobierno Estatal y Municipal***			
Periodicidad de actualización:		***anual***			
Validación con:		INEGI			
		Anuario Estadístico	x		
		Otro: IP Dirc. Desarrollo Urbano	x		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Promoción y Comercialización***					
Indicador: ***6***	***Grado de participación de los Destination Management Companies (DMC's) (Gestión local).***				
Código de Indicador: ***PC6***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: 0
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El grado de participación de los (DMC´s) en el destino turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: La iniciativa privada tiene un alto grado de participación en este aspecto, las cuales cumplen la función de ser una agencia local integradora de viajes, con un amplio conocimiento y experiencia de las condiciones, servicios y recursos turísticos de la región.***				
Método de obtención:	Observación directa	x			
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web	x			
Fuente:	***CANACINTRA,CONCANACOTO***				
Periodicidad de actualización:	***permanente***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Municipio y Gob. Estatal	x			

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***7*** ***Diversificación en segmento de mercado geográfico 2***
Código de Indicador: ***PC7***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	2

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador:El número de segmento geográfico del destino turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción Torreón cuenta con una diversificación del mercado geográfico con Jimulco y el Cañón de la Cabeza, y en sus municipios aledaños con las Dunas de Bilbao en Viesca y la Zona del Silencio en Francisco I. Madero.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***FONATUR Secretaria de Ecología.***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Dirección de Turismo Municipal.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

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: no hay registro

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El alcance de campañas y medios de promoción que tiene el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción . No se tiene un procentaje del alcance de las campañas y medios de promoción, sin embargo a nivel estatal y municipal se promueven campañas de promoción, así como teatros, museos, sitios de interés de manera particular.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***Dirección de Turismo Estatal y Municipal.***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Iniciativa Privada. SECTUR FONATUR X	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***9*** ***Uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio. No aplica***
Código de Indicador: ***PC9***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:	No aplica

¿Qué mide el indicador/variable? ***Descripción del Indicador: Torreón no aplica***

Detalles y Comentarios del Indicador: ***Descripción : En el caso específico de Torreón no aplica.***

Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***INAH***	
Periodicidad de actualización:		
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: INBA Gob. Federal	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***10*** ***Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino. 30***
Código de Indicador: ***PC10***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 30

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de agencias en el destino turístico de Torreón es uhn indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: Existen 30 agencias de viajes certificadas en Torreón que promocionan viajes mayoristas del destino.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:	***CANACOTO***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Direc. De Turismo Municipal.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***1*** ***Cuenta con Dirección de Turismo 1***
Código de Indicador: ***GD1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo (x)	Valor Observado: 1

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: La dirección de Turismo Municipal que tiene el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción . El Municipio de Torreón cuenta con la Dirección de Turismo Municipal, quien se coordina con SECTUR, FONATUR y gobierno estatal para brindar programas y apoyos en beneficio del turismo.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***Ayuntamiento de Torreón***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal y Municipal.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor:	***Gestión del Destino***				
Indicador:	***2***	***Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios***			
Código de Indicador:	***GD2***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: si la hay
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número que tiene el destino turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Los tres niveles de gobierno federal, estatal y municipal están en coordinación permanente en planes y proyectos para el desarrollo turístico de Torreón. Trabajan también con las cámaras locales de CONACINTRA, CANACO, CANIRAC, CONACOPE, así como empresarios dedicados al sector turístico.***				
Método de obtención:	Observación directa	x			
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	x			
	Información de la Web	x			
Fuente:	***Gob. Federal, Estatal y Municipal.***				
Periodicidad de actualización:	***permanente***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: SECTUR	x			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

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: 1

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El marco regulatorio de ordenamiento ecológico en el destino turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: El proyecto fue aprobado en 1996.Creación de un Sistema de Información Geográfica del Estado de Coahuila. El Ordenamiento Ecológico del estado, sirva como marco de referencia y como insumo para la elaboración de los Ordenamientos ecológicos regionales y municipales.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Gob. Estatal***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: FONATUR, Ecología	x

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Gestión del Destino***					
Indicador: ***4***	***Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo***				
Código de Indicador: ***GD4***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: proyecto
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El proyecto del marco regulatorio tiene el Destino Turístico de Torreón un indicador de oferta turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : El Plan Nacional de Desarrollo para el sector turismo menciona un marco regulatorio para desarrollar la política nacional turística. Alinear la política turística de las entidades federativas a la Política Nacional Turística.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	x			
	Información de la Web				
Fuente:	***Gob. Estatal. FONATUR***				
Periodicidad de actualización:	***permanente***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Gob. Estatal, Municipal, SECTUR	x			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

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:	variable

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: Los programas y diagnósticos en materuia turística en el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Se cuenta con análisis y proyectos recomendados para la zona Lagunera (FONATUR) quien elaboró por convenio con la Secretaria de Turismo estatal un Programa de Desarrollo Turístico de Torreón.La Dirección de Turismo Municipal ha implementado algunos programas para el turismo.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***FONATUR***	
Periodicidad de actualización:	***anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal y Municipal.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

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: proyectos

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: Los proyectos con otros organismos turísticos regionales hacen del Destino Turístico de Torreón, un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Secretaría de Turismo de Durango y Secretaría de Turismo Nacional; lo que ha permitido el intercambio y el desarrollo de proyectos turísticos sustentables para la región.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***FONATUR***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal y Municipal	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuikla**

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***7*** ***Coordinación Institucional***
Código de Indicador: ***GD7***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: 0

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: La Coordinación institucional con el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : La Política Nacional de Turismo: Ordenamiento y Coordinación Institucional, sugiere la aplicación estratégica de diversos programas federales en 44 destinos turísticos prioritarios, entre los que se encuentra Torreón.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SECTUR***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: UAC, SECTUR, Gob. Estatal	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***8*** ***Normatividad Municipal***
Código de Indicador: ***GD8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: 1 reglamento

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: La normatividad municipal que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : El Reglamento Interior del Ayuntamiento de Torreón es su Artículo 126 contempla entre otras cosas, el desarrollo del comercio, turismo y fomento económico en la ciudad, así como la generación de empleos.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:	***Municipio***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:Ayuntamiento de Torreón.	X

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***9*** ***Comités de turismo sustentable***
Código de Indicador: ***GD9***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	0

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: Los Comités de turismo sustentable en el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción:*** ***Las autoridades federales, estatales, municipales y miembros del Comité de Planeación darán inicio este año al Estudio de Sustentabilidad y Desarrollo al Turismo en Torreón.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***SECTUR***	
Periodicidad de actualización:	***anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Federal, estatal y Municipal.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***10*** ***Percepción sobre el comercio ambulante 2,100 comerciantes***
Código de Indicador: ***GD10***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo (x)	Valor Observado: 2.1

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número que tiene el destino turístico de Torreón es un indicador de oferta turistica.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Hay dos mil 100 comerciantes informales en la ciudad de Torreón, y el 30 por ciento de ellos se ubica en el Centro, la cifra exacta varia de acuerdo a la época del año.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***CANACOTO***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Direc. Desarrollo Urbano, Municipio	x

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

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	(x)	Valor Observado:	25

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número que tiene el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : 25 empresas que ofrecen servicios turísticos en el municipio con el Programa para las buenas prácticas "Punto Limpio", y Programas realizados por el Municipio y la Dirección de Turismo Municipal han estrechado relaciones con empresas y sociedad civil.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***SECTUR***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	x
	Otro: Gob. Estatal, Munic. IP	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

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:	variable

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del IndicadorLa participación de la sociedad en el turismo que tiene el Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : La sociedad de Torreón siempre ha sido muy participativa en eventos realizados ya sea por el Ayuntamiento de Torreón, la Dirección de Turismo Municipal o Estatal, la Dirección de Desarrollo Urbano, la Dirección de Ecología, así como de las empresas privadas que lo realicen.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***Dirección de Turismo Municipal***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	x
	Otro: Gob. Federal ,Estatal e IP	x

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***13*** ***Sistema de Información Estadística del Turismo 1***
Código de Indicador: ***GD13***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	1

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El sistema de informaciónque tiene el destino turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Torreón cuenta con un sistema de Información y Estadística del Turismo llamado Data Tur, que inicio a partir del 2006 en el municipio por parte de la Secretaría de Turismo.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***INEGI***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Direc. De Turismo Municipal.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***14*** ***Nivel de Desarrollo turístico***
Código de Indicador: ***GD14***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(x)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	variable

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del IndicadorEl nivel de desarrollo turístico del destino turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Torreón como principal destino, el potencial de hospedaje la hace concentrar la mayor inversión y empleos desarrollado un gran potencial industrial directamente relacionado con la demanda hotelera y de servicios sobre la que se fomentado el resto de los servicios turísticos.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***Gobieno Estatal***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Municipio de Torreón	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

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: $5,808.130.00

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de presupuesto que tieneel Destino Turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : De acuerdo al Presupuesto de Egresos e Ingresos para la partida del 2012, último dato proporcionado, se cuenta con un presupuesto de $1. 426,566 pesos para la promoción turística y de $4. 381,564 pesos para recreación y cultura para Torreón.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Secretaría de Finanzas Estatal***	
Periodicidad de actualización:	***anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	x
	Otro: Gobierno Federal, estatal y Munic. X	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***1*** ***Portal de internet del destino***
Código de Indicador: ***TI1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: variable

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de portales de internet que tiene el destino turístico de Torreón es indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: Torreón cuenta con varios portales de internet a nivel municipal y sus respectivas dependencias del sector turístico, donde se informa y muestra el sector turístico***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***Dirección de turismo municipal.***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal y Municipal.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***2*** ***Información actualizada en el portal de internet del destino***
Código de Indicador: ***TI2***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	variable

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: La información del destino turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : las páginas están actualizadas por el municipio en este año dos mil trece en el área turismo y de dos o tres años a la fecha el resto el resto de las páginas consultadas.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***Secretaría de Turismo***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal y Municipal FONATUR	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***3*** ***Acceso a internet en sitios públicos 268***
Código de Indicador: ***TI3***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	268

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El acceso a internet en sitios públicos que tiene el Destino Turístico de Torreón es indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Torreón cuenta con un sinfín de sitios con acceso a internet, la mayoría de los hoteles tienen este servicio, al igual que algunos restaurantes y bares. De igual forma los ciber-café. Con un promedio de 268 sitios públicos.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	x
Fuente:	***Secretaría de Turismo***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Direc. Turismo Municipal	x

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***TICs e Información al turista***					
Indicador: ***4***	***Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés***				
Código de Indicador: ***TI4***	***67***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 67
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: Las aplicaciones turísticas para móviles en el destino turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Existen aplicaciones turísticas para móviles, donde el turista puede consultar, en el portal del municipio, hoteles y museos.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	x			
	Información de la Web	x			
Fuente:	***SCT***				
Periodicidad de actualización:	***permanente***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Gob. Estatal, Muncp, e IP	x			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***5*** ***Indicadores de localización del destino 4***
Código de Indicador: ***TI5***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	4

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: Los indicadores de localización del destino turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Torreón cuenta con 4 indicadores de localización para rutas y destinos turísticos.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***FONATUR***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Gob. Estatal y Municipal.	X

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***6*** ***Hits de visitas al portal del destino 300***
Código de Indicador: ***TI6***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	300

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número de visitas al portal del destino turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : De acuerdo a SECTUR, se hace un promedio de 10 visitas por día lo que nos da un indicador de 300 visitas mensuales.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	x
Fuente:	***SECTUR***	
Periodicidad de actualización:	***mensual***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***7*** ***Líneas telefónicas 48***
Código de Indicador: ***TI7***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(x)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	48

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El númeroque tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción :Líneas por parte del Ayuntamiento,dirección de turismo municipal,agencias de viajes y museos.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	
Fuente:	***Ayuntamiento de Torreón***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Dirección de turismo e IP.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***8*** ***Teléfonos móviles 34***
Código de Indicador: ***TI8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	34

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción: El Ayuntamiento, la dirección de turismo municipal, hoteles y museos proporcionan teléfonos móviles para información turística del destino.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	x
Fuente:	***Ayuntamiento de Torreón***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Dirección de Turismo Munc., IP.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila**

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***9*** ***Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico 1***
Código de Indicador: ***TI9***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	1

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El número que tiene el Destino Turístico de Torreón, es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Torreón cuenta con la tecnología de DataTur.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***SECTUR***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:Dirección de turismo Munic.	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***10*** ***Existencias de puntos de información turística***
Código de Indicador: ***TI10***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(x)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	variable

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador Los puntos de información turística del destino turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : se imprimieron 20,000 dípticos con información de los principales atractivos turísticos del municipio de Torreón y sus alrededores, los cuales fueron distribuidos en los módulos de información, en hoteles, clubes deportivos. Hay mòdulos instalados en diferentes puntos de la ciudad.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***Dirección de turismo***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Municipio. SECTUR	

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: **Torreón, Coahuila.**

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***11*** ***Sistema de Información Estadística del Turismo 1***
Código de Indicador: ***TI11***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	(x)	Valor Observado:	1

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador: El sistema de información del destino turístico de Torreón es un indicador de oferta turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción : Torreón cuenta con un sistema de Información y Estadística del Turismo llamado Data Tur, que inicio a partir del 2006 en el municipio por parte de la Secretaría de Turismo.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	x
Fuente:	***Secretaría de Turismo***	
Periodicidad de actualización:	***permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Gob. Estatal y Municipal.	X

INVENTARIO Y CATÁLOGO DE ATRACTIVOS, SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

SECTUR SECRETARÍA DE TURISMO
Gobierno de Coahuila
Una nueva forma de gobernar
Coahuila Turismo
SEDETUR Secretaría de Turismo
Universidad Autónoma de Coahuila

I. ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SITIOS DE INTERÉS

Centros Recreativos

1. Centro de Iniciación Artística Pilar Rioja

Plazas y Parques

2. Plaza Mayor
3. Alameda Zaragoza
4. Parque Acuático Wet Laguna
5. Bosque Venustiano Carranza
6. Parque Los Fundadores
7. Unidad Deportiva Torreón
8. Parque Las Etnias / Bosque Urbano
9. Estadio Revolución
10. Estadio Territorio Santos Modelo

Clubes Deportivos

11. Club Campestre de Torreón
12. Club Campestre de Montebello
13. Country Club Laguna
14. Club San Isidro
15. Parque España

Ecoturismo

16. Reserva Ecológica Sierra de Jimulco

Bibliotecas

17. Biblioteca Pública Municipal
18. Biblioteca José Manuel Othón

Teatros

19. Teatro Nazas
20. Teatro Isauro Martínez
21. Auditorio Municipal de Torreón
22. Coliseo Centenario

Museos

23. Casino de la Laguna (Museo Arocena)
24. Museo de la Moneda
25. Museo Regional de la Laguna
26. Museo de la Revolución (Casa Colorada)
27. Museo de los Metales

28. Casa del Cerro
29. Museo del Algodón
30. Museo del Ferrocarril
31. Museo del Sitio de Torreón
32. Museo Paleontológico

Sitios de interés

33. Cristo de las Noas
34. Canal de la Perla
35. Hotel El Salvador

Eventos Turísticos importantes

36. Maratón LALA

Atractivos Turísticos y Sitios de interés

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:

Centro de Iniciación Artística Pilar Rioja

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

Prol. Calz. Colón y Galeana s/n
Col. Centro
CP 27000, Torreón, Coahuila
Tels.: (871) 712 31 12, 01 8717 1231
Fax 712 31 12

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:

Ofrece talleres como: creatividad plástica para niños, solfeo, canto y vocalización, guitarra popular, guitarra clásica, cello, batería, teclado, piano, violín, saxofón, dibujo infantil, ballet infantil, pre-ballet, jazz, pintura, dibujo y expresión corporal. Dentro de sus instalaciones cuenta con aulas con duela, salón de audiciones, ágora, área de cuerdas y pianos y 2 salones usos múltiples.

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

1. Talleres y Cursos
2. Apoyo a artistas regionales
3. Exposiciones artísticas

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Personas interesadas en la cultura y las artes

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

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

( ) 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 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (3)

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)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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 (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 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:

Plaza Mayor

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

Calle Av Morelos 450

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:
Es una explanada de aproximadamente 28 mil metros cuadrados, cuenta con un asta monumental de 67 metros de altura y la bandera de 20 metros de alto por 30 de ancho, la cual es uno de los íconos principales de este municipio. Frente a ella se construye el moderno edificio que albergará a la Presidencia Municipal.

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

1. **Tianguis**
2. **Bailables**
3. **Ceremonias cívicas y paseos familiares**

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

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

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

( ) 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 (4)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*
1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

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 ( )

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 ( )

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:

Alameda Zaragoza

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Avenida Juárez y Donato Guerra s/n Col. Centro.

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

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

DESCRIPCIÓN

Área destinada para la visita de niños, jóvenes y adultos en la cual se pueden realizar actividades como jugar futbol, basquetbol y voleibol, además de caminar en la pista.

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

1. **Paseos familiares**
2. **Espacio para actividades deportiva (correr, caminata etc….)**
3. **Esparcimiento**

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Cualquier persona con intención de pasar un tiempo en compañía de amigos o familiares en áreas donde se pueda convivir con la naturaleza

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

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

( ) 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.*

(x) Sí ( ) No

Comentarios: Promoción hecha por el municipio y de la OCV.

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 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Parque Acuático Wet Laguna

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

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

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

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Wet Laguna ofrece una tarde agradable llena de diversión y alegría para todos sus visitantes, podrán disfrutar del Parque acompañados de su familia durante toda su estancia ya que contamos con actividades para todas las edades.

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

1. **Nadar**
2. **Juegos acuáticos**
3. **Convivencia familiar**

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

Cualquier persona no hay límite de edad ni restricción de ningún tipo únicamente intención y ganas de pasar un rato agradable y de convivencia.

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

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

(x) 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.*

(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:
…….

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 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Bosque Venustiano Carranza

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

Calle Juan Pablo y Avenida Matamoros s/n, Centro, 27001.

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

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

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Área con espacios destinados para practicar basquetbol, y frontenis. Además cuenta con una pista para caminar.

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

1. **Deportes**
2. **Esparcimiento**
3. **Convivencia**

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

Para público en general turistas interesados en convivir con la naturaleza, hacer ejercicio o convivir con amigos encontraran en el bosque Venustiano Carranza un Lugar que llenara todas sus expectativas

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

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

( ) 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.*

(x) Sí ( ) No

Comentarios: Municipal y OCV

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 (5)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*
1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

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 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Parque Los Fundadores

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

Calle Melchor Muzquiz S/N Col. Maclovio Herrera, C.P. 27190

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

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

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Lugar destinado para la visita familiar en donde se pueden realizar diversas actividades como: jugar futbol, basquetbol y voleibol, así como caminar en la pista.

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

1. **Actividades deportivas**
2. **Eventos culturales**
3. **Esparcimiento**

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

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

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

( ) 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.*

(x) Sí ( ) No

Comentarios: Municipal y OCV

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (3)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Unidad deportiva Torreón

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

Blvd. Revolución S/N Esq. Paseo de la Rosita C.P. 27250

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

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

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Área destinada para la práctica de basquetbol, voleibol, futbol soccer profesional e infantil, caminata en la pista, beisbol, softbol, etc

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

1. **Eventos deportivos**
2. **Nacionales y regionales**

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

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

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

( ) 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:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*
1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Bosque Urbano (Parque Las Etnias)

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
.Carretera Aeropuerto y Carretera a Santa Fe

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

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

DESCRIPCIÓN

Parque desarrollado para mejorar el medio ambiente de Torreón y brindar un mejor esparcimiento y entretenimiento, a los visitantes y turistas. Como parte de las instalaciones que ofrece tiene:

- Dos áreas de juegos infantiles y explanadas amplias.
- Teatro al aire libre para eventos cívicos y culturales.
- Tres lagos artificiales donde se tiene una diversidad de fauna como gansos, patos, peces, tortugas y pavorreales.
- Invernadero para la reproducción de plantas de ornato entra las que predominan gardenias, rosales, bugambilias, jazmines, etc. y dos viveros.
- Área de oficina con exposición de fotos y un fabuloso mirador.

Fuentes de sodas y áreas para acampar con servicio de agua potable

Descripción del recurso:

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

4. **caminata**
5. **paseo**
6. **eventos culturales**

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

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

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

( ) 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.*

(x) Sí ( ) No

Comentarios: Estatal y municipal

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Estadio Revolución

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Juárez y C. Juan Gutemberg S/N.

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:
Estadio utilizado para la práctica de deporte y eventos de béisbol, así como espectáculos.

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

1. Actividades deportivas, principalmente béisbol.
2. Espectáculos, conciertos principalmente.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Aficionado al deporte, principalmente béisbol. Interesados en el giro del espectáculo.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Patronato
Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.*

(x) 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 (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: La promoción propia de la temporada de la liga mexicana de beisbol

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (3)

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)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Estadio Torreón Santos Modelo

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Carretera Torreón-San Pedro Km 7 y

Carretera Paseo del Águila S/N

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:
Proyecto único en su tipo en toda América Latina, presentado en 2007, que no sólo abarca el aspecto deportivo del Club Santos Laguna, sino que busca el desarrollo y crecimiento de la Comarca Lagunera. Sala de trofeos, auditorio, centro de alto rendimiento, escuela de futbol, edificio de fuerzas básicas y la Parroquia de Todos Los Santos son algunas de sus instalaciones.

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

1. Eventos deportivos oficiales de futbol soccer de la liga MX relacionados con el equipo Santos.
2. Recorridos, visitas a entrenamientos del equipo Santos.
3. **Conciertos**

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

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

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

(X) 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.*

(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:
…….

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 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:

Club Campestre de Torreón

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

Paseo de Las Flores esq. Paseo del Campestre S/N Col. Campestre la Rosita. C.P. 27250

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

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

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Lugar reconocido por los espacios destinados a la práctica de golf, tenis y natación. Además cuenta con un área de gimnasio.

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

1. **Golf**
2. **Natación**
3. **Tenis**

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

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

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

( ) Sí ( ) No

Comentarios: Socios

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:
……

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:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*
1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

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 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

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 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:

Club Campestre de Montebello

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

Carretera Torreón Mieleras Km 1.5 C.P. 27259.

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

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

DESCRIPCIÓN

En este exclusivo club se pueden practicar diversas actividades deportivas como son: golf, tenis, futbol, basquetbol, natación y spinning. Además cuenta con un gimnasio bien equipado.

Descripción del recurso:
Privado y hotel

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

1. **golf**

2. **esparcimiento**

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

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

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

(x) 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 (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:
……

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

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 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

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 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:

Country Club Laguna

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

Carretera Torreón - San Pedro Km. 9.5 Fraccionamiento Los Azulejos.
C.P. 27422

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

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

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Destinado a las actividades deportivas como son: golf, yoga y tenis. Es importante mencionar que también cuenta, dentro de sus instalaciones, con un gimnasio.

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

1. **Golf**
2. **Tenis**
3. **Alberca**

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

Deportista
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 ( ) 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.*

(x) 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:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*
1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Club San Isidro

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Blvd. Constitución s/n Entre calle Hamburgo y Av. San Isidro.

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

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

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Equipado con modernas instalaciones para la práctica de natación, basquetbol, béisbol, futbol, futbol americano, jai alai, frontenis, squash y caminata en la pista.

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

1. Gimnasio.
2. Alberca.
3. Canchas de usos múltiples.
4. Área de asadores.
5. Restaurante-bar.

6. pista de atletismo.

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

Es exclusivo para socios
Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Privado.

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

(X) Sí ( ) No

Comentarios: Acceso con membrecía previa.

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: la que la mesa directiva elija como medios electrónicos, impresos y TV

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

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 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Parque España

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

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

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

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Club de deportes y recreación, el cual dentro de sus instalaciones tiene un restaurante y un salón para eventos que se encuentran disponibles para uso del visitante.

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

1. Actividades recreativas.

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

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

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

(x) 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 (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:
…….

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:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*
1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Reserva Ecológica Sierra de Jimulco

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

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

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

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La Sierra de Jimulco se encuentra ubicada al sur de la ciudad de Torreón y su clima es desértico y destacan las coníferas por su altura, su fauna está conformada principalmente por coyotes, liebres y algunas clases de lagartijas además de aves de la región y otras migratorias.

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

1. Campismo.
2. Caminatas.
3. Area de asadores.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Interesados en espacios abiertos en conjunto con diversidad de flora y fauna.

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:
…….

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:
…….

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:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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:.....

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 (3)

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 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

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 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Biblioteca Pública Municipal

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

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 biblioteca del municipio de Torreón ofrece diferentes servicios o instalaciones entre las que destacan: la sala de consulta y la sala infantil con libros orientados a los niños.

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

1. Sala general.
2. Sala de consultas.
3. Sala infantil.
4. Módulo de servicios digitales msd.
5. Fotocopiadora.
6. Sala de cómputo.
7. Internet.

8. Hemeroteca.
9. Videoteca.
10. Distinción arquitectónica.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Interesados por la apreciación al arte literario.
Persona interesada en la lectura e investigación.
Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Público, SEP.

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

( ) 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.*

(x) Sí ( ) No

Comentarios: Estatal y municipal

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

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 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Biblioteca Manuel José Othón

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Blvd. Constitución 179 Norte Col. Los Ángeles.

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:

Este espacio educativo está compuesto por diferentes salas como son: la sala general, la de consulta y la infantil, a las cuales pueden tener acceso tanto los habitantes del municipio como los visitantes o turistas.

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

1. Préstamo en sala.
2. Actividades de fomento a la lectura.
3. Visitas guiadas.
4. Hora del cuento.
5. Periódico mural mensual.
6. Exposición bibliográfica con nuevas adquisiciones.

7. Sala general.
8. Sala de consultas.
9. Sala infantil.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Interesados por la apreciación al arte literario.

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

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

( ) 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 ( ) No

Comentarios: Municipales y estatales

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....
.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Teatro Isauro Martínez

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Galeana #73, Sur. Colonia Centro.

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:

Con 82 años de existencia, este magnífico recinto es uno de los edificios más esplendorosos de todo el país.

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

1. Actividades Culturales.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Interesados por la apreciación de diversas exposiciones Artísticas (Teatro, Danza, etc.).
Personas interesadas en actividades culturales
Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Estatal

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

(x) 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 (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: Estatal, Municipal y OCV

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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 (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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Auditorio Municipal Torreón

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Avenida Colón.

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:
Construido hace 40 años, actualmente es un lugar dedicado al entretenimiento general en el cual se presentan actividades con música. Además funciona como estadio de baloncesto, para funciones de box y lucha libre, exhibiciones automovilísticas, ferias y exposiciones de diversos giros comerciales.

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

1. Actividades deportivas.
2. Actividades comerciales.
3. Convenciones y exposiciones.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Aficionados al espectáculo (deportivo, comercial, cultural).

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Público, Propiedad del Municipio.

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

( ) Sí ( ) No

Comentarios: Según la naturaleza del evento. Puede ser gratuito o no.

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: Las estrategias de comercialización son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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: Las estrategias de promoción son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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 (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 (2)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Coliseo Centenario

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Carretera a San Pedro y Periférico S/N E. Ignacio Allende.

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

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

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Centro de espectáculos cuya composición arquitectónica es basada en el coliseo romano. Diseñado para albergar cualquier tipo de evento, ya sea cultural, deportivo, espectáculos, exposiciones, entre otros. Dentro de sus instalaciones destacan: la torre de acceso con elevador al área de palcos, bar y restaurante en la planta baja, locales comerciales en el primer y segundo nivel, confortables palcos con internet y estacionamiento para 1300 autos.

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

1. Actividades culturales.
2. Actividades deportivas.
3. Espectáculos.

4. Zona de Bar y Restaurante.
5. Zona de comercio.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Interesados por eventos relacionados con el giro de espectáculos.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Privada y patronatos
Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: Según la naturaleza del espectáculo.

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: Las estrategias de comercialización implementadas dependen de los organizadores de cada espectáculo en particular.

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: Depende de los organizadores de cada espectáculo en particular.

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Solo cuando hay eventos y conciertos los souvenirs propios del evento

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Museo y Casa Histórica Arocena.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Calle Cepeda #354 Sur, Centro Histórico.

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:
Un espacio de arte y cultura con cuatro plantas y un total de cinco mil metros cuadrados llenos de historia y arte.

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

1. Recorrido para apreciar una colección de mas de 300 obras de arte virreinal, europeo y mexicano adquirido por más de 100 años por la familia Arocena (arte contemporáneo, arte europeo, arte de la Nueva España y arte regional).
2. Distinción arquitectónica.
3. Pruebas gastronómicas.

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

Interesados en la historia y obras de arte.

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

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

(x) Sí ( ) No

Comentarios: Según la naturaleza del evento. Puede ser gratuito o no.

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: Las estrategias de comercialización son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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: Las estrategias de promoción son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*
1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Museo de la Moneda.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Av. Morelos # 1217.

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:
Su exposición representa un viaje a través de la historia de México, mostrando las primeras monedas acuñadas en la Nueva España en 1536, el Primer Imperio con Agustín de Iturbide, Segundo Imperio con Maximiliano de Hasburgo y la Revolución Mexicana hasta la época actual. La moneda más grande que se ha acuñado en México se exhibe actualmente en el Museo de la Moneda de Torreón. Se trata de la Moneda Libertad de un kilogramo de plata pura de Ley .999, donado por el Banco de México, con acabado mate y un diámetro de 110 milímetros.

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

1. Visitas guiadas.
2. Valuación gratuita de monedas.

3. Proyección de videos referentes a la acuñación de la moneda mexicana

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

Interesados en la Historia.

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

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

( ) Sí (x) No

Comentarios: Según la naturaleza del evento. Puede ser gratuito o no.

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: Las estrategias de comercialización son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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: Las estrategias de promoción son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

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 (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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Museo Regional de la Laguna.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Avenida Juárez s/n interior del Bosque "Venustiano Carranza".

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 él se presentan grandes exposiciones de todos los géneros, desde pictóricas hasta relativas a la historia del país. Su carácter antropológico no lo limita a llevar para cabo presentaciones históricas y contemporáneas. Actualmente, el museo cuenta con biblioteca, librería, auditorio con capacidad para 200 personas, cafetería, sanitarios, recepción y guardarropa, además cuenta con servicios educativos donde se ofrecen talleres, visitas guiadas, conferencias y se atiende al público en general.

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

1. Visitas guiadas.
2. Conferencias..

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Interesados en la Historia de la región laguna.

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: Según la naturaleza del evento. Puede ser gratuito o no.

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: Las estrategias de comercialización son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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: Las estrategias de promoción son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Museo de la Revolución.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Gregorio Garcia esq. Con Lerdo de Tejada

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:
Lo primero que cautiva la atención de quien visita el heroico edificio es el retablo, a espaldas de la Casa Colorada, donde coexisten los principales símbolos de la mexicanidad norteña. En el Museo de la Revolución de Torreón se encuentran: objetos militares relacionados con la Revolución y utensilios de trabajo y de uso cotidiano de la época. En este museo se recuerda el movimiento armado de 1910 que convulsionó de manera especial la Región Lagunera.

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

1. Visitas guiadas.
2. Foro para eventos culturales.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Interesados en la Historia militar del norte de México.

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: Según la naturaleza del evento. Puede ser gratuito o no.

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: Las estrategias de comercialización son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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: Las estrategias de promoción son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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 (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 (2)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Museo de los Metales de Peñoles.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Blvd. Laguna #3200 Pte. Col. Metalúrgica.

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 los Metales cuenta con mil 750 metros cuadrados de construcción y diversas salas que abordan nueve grandes temas.

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

1. Recorrido visual-informativo en temas de: ciencias de la tierra, metalurgia, Peñoles, procesos industriales, desarrollo sustentable socialmente responsable, y los usos de los metales en la vida diaria y el futuro.

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

Interesados en la ciencia metalurgia así como el desarrollo socialmente responsable.

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: Según la naturaleza del evento. Puede ser gratuito o no.

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: Las estrategias de comercialización son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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: Las estrategias de promoción son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Museo Histórico de la Ciudad Casa del Cerro.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Calzada Industrial s/n, Sector Alianza.

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:
Está ubicada en una casa-habitación construida en 1904 por el arquitecto e ingeniero Federico Wulff, quien junto con su familia la habitó por muchos años. Es considerada como un monumento histórico de la ciudad, porque precisamente en ese sector del Mercado Alianza nació lo que en principio fue la Villa del Torreón.

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

1. Vista panorámica de la ciudad.
2. Visitas guiadas, conciertos, conferencias, presentación de obras de teatro y libros..
3. Pinacoteca.
4. Sala de video.

5. Foro de teatro al aire libre.
6. Tienda de suvenires.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Interesados en la Historia de la ciudad y diversas actividades de apreciación artística.

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: Según la naturaleza del evento. Puede ser gratuito o no.

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: Las estrategias de comercialización son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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: Las estrategias de promoción son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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 ( )

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 ( )

Comentarios:.....

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 ( )

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 ( )

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 ( )

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 ( )

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 ( )

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 ( )

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 ( )

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 ( )

Comentarios:.....

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 ( )

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 ( )

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 ( )

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 ( )

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Museo del Algodón.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Avenida Juárez, 1760 Pte. esquina con 5 de Mayo. Colonia Sector Alianza.

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:
Es un nuevo espacio cultural que relata la historia del cultivo que le dio riqueza a la Laguna a través de objetos de la época, fotografías, interactivos y documentos. Este museo se encuentra integrado a la estructura del "Torreoncito". El torreón original se construyó en 1852 por instancia del padre Leonardo Zuloaga Olivares, pero se perdió durante una de las grandes avenidas del Nazas. Se reconstruyó hacia 1870 y es el mismo que se conserva en nuestros días.

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

1. Visitas guiadas.

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

Interesados en la Historia.

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: Según la naturaleza del evento. Puede ser gratuito o no.

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: Las estrategias de comercialización son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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: Las estrategias de promoción son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

3

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Museo del Ferrocarril.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Boulevard Revolución # 1275 Col. Centro.

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 del Ferrocarril es patrimonio de todos los laguneros; al recorrerlo sus visitantes encuentran la historia de lo que fue el ferrocarril en la ciudad de Torreón a principios del siglo XX. Utilizando las antiguas instalaciones de los talleres de carpintería y herrería de los Ferrocarriles Nacionales de México, en noviembre de 1997 se dio inicio a la construcción del Museo del Ferrocarril, como un reconocimiento a los hombres del riel. Dentro de sus abandonadas instalaciones se encontraron un archivo con un acervo de documentos que datan de finales del siglo XIX y principios del xx, así como una serie de crisoles, tornos y herramientas para el mantenimiento de ferrocarriles. Este museo cuenta con la locomotora de vapor 1140, que prestó sus servicios durante décadas para beneficio de muchos miles de usuarios de Ferrocarriles Nacionales de México.

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

1. Visitas guiadas.
2. Fototeca.
3. Videoteca.

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

Interesados en la Historia del Ferrocarril.

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: Según la naturaleza del evento. Puede ser gratuito o no.

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: Las estrategias de comercialización son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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: Las estrategias de promoción son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO: Museo de paleontología.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA: Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM): Av. Juárez # 580 Pte. Centro Histórico.

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:
Ubicado en pleno centro de la ciudad de Torreón, exhibe moluscos, artrópodos, equinodermos y cordados. El museo posee una vasta y variada colección de piezas de fósiles marinos entre los que se incluyen amonites, almejas, ostras, dientes de tiburón, dientes petrificados, belemites, baculites y trilobites. De las regiones desérticas de México se han colectado especímenes de fósiles de animales, huesos de dinosaurio y mamut, caparazones de tortuga, vegetales petrificados de maderas y frutos. También se exhiben piezas de material antropológico correspondiente a las tribus propias de la región como: puntas de flechas, morteros y metates, nasas, cuernos de venado y petroglifos.

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

1. Visitas guiadas.

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

Interesados en la paleontología.

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: Según la naturaleza del evento. Puede ser gratuito o no.

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: Las estrategias de comercialización son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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: Las estrategias de promoción son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

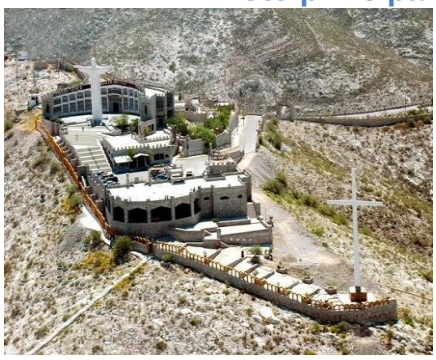
Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal



NOMBRE DEL RECURSO:
Complejo Turístico Religioso Cristo de las Noas

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Cima del Cerro de Las Noas. Col. Primero de Mayo.

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 Cristo de las Noas del artista Vladimir Alvarado, mide 21.85 metros y es el tercero más grande de Latinoamérica.

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

1. Actividades religiosas (peregrinación en los días santos de la semana mayor para presenciar la escenificación del drama).
2. Atractivo escultural (21 metros de altura, 580 toneladas de peso).
3. Atractivo arquitectónico (réplicas de la Tierra Santa como La Cueva de Belén y El Santo Sepulcro).

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

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 ( ) No

Comentarios: Según la naturaleza del evento. Puede ser gratuito o no.

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: Las estrategias de comercialización son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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: Las estrategias de promoción son fijadas por los organizadores de los diversos espectáculos que ahí se celebran.

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

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)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

PROPUESTA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

Foto principal

NOMBRE DEL RECURSO:
Maratón LALA

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Torreón

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
Principales avenidas de la ciudad.

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:
Fundado por Don Ramón Iriarte Maisterrena. Los récords del Maratón Lala, son reconocidos como las mejores "Marcas en Territorio Nacional" por la Federación Mexicana de Atletismo. Se realizó por primera vez en 1989 con tan solo 434 inscripciones y para 2008 ya contaba con 4,295 corredores inscritos.

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

1. Recreación deportiva.
2. Ambiente familiar.

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

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

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

(x) 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.*

(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:
…….

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 (5)

Comentarios.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

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 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

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 (3)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (n/a)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

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:.....

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:.....

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

II. SERVICIOS TURÍSTICOS

Hoteles.

	Hotel	Dirección y Teléfono	Servicios
Categoría: 5 estrellas	Crowne Plaza	Blvd. Torreón – Matamoros Oriente #4050. Col. Ex-Hacienda Antigua Los Ángeles. Torreón, Coah. C.P. 27260 Teléfono: (871) 729- 9600	Restaurante, gimnasio, internet y cortesía de teléfono.
	Real Inn	Blvd. Independencia #395 Oriente. Col. El Fresno Torreón, Coahuila. C.P. 27018 Teléfono: (871) 759-1600	Business Class salones, equipo audiovisual, gimnasio, alberca, internet y servicio de transportación.
	Marriott	Blvd. Independencia #100 Pte. Colonia Centro. Torreón, Coahuila. C.P. 27000. Teléfono: 01 800 81700	7 salones para eventos, restaurante, cafetería, bar, internet y todos los servicios a la habitación.
	Homewood Suites by Hilton	Av. José Vasconcelos #1935. Colonia Residencial Tecnológico, Torreón, Coahuila. C.P. 27272 Teléfono: (871) 222- 5800	3 salones, Centro de negocios, alberca, gimnasio e internet
	Hotel Misión	Paseo de la Rosita #910 Sur. Colonia Campestre La Rosita, Torreón, Coahuila. C.P. 27250 Teléfono: (871) 729- 4300, 722-1210	7 salones de eventos, restaurante, bar, gimnasio, alberca, área para niños, tabaquería, servicios médicos, de niñera, y transportación

	Montebello Golf & Resort	Carretera a Mieleras km. 1.5, Torreón, Coahuila. Teléfono: (871) 224 3400	Vista al campo de golf, alberca, área de spa, gimnasio, centro de convenciones, restaurante, internet. Ofrecen actividades culturales y deportivas.
Categoría: 4 estrellas	Fiesta Inn Torreón Galerías	Centro Comercial Galerías Laguna. Periférico Raúl López Sánchez #6000. Torreón, Coahuila. C.P. 27018 Teléfono: (871) 749- 3300	Alberca, tienda de regalos, tintorería, internet, restaurant, bar, centro de negocios y traslado al aeropuerto.
	Hampton Inn	Periférico Raúl López Sánchez #10995, Fraccionamiento Los Viñedos. Torreón, Coahuila. C.P. 27019 Teléfono: (871) 705-1550	Servicio de alberca, gimnasio, internet, desayuno buffet de cortesía.
	Country Club Laguna	Carretera Torreón – San Pedro km. 9.5 Fraccionamiento Los Azulejos. Torreón, Coahuila. C.P. 27422 Teléfono: (871) 750- 7490	Alberca, gimnasio, vapor, salones para eventos, internet, llamadas locales y canchas de tenis.
	Best Western Posada del Río	Blvd. Independencia #3837 Ote. Fracc. El Fresno. Torreón, Coahuila. Teléfono: (871) 750- 7500	Desayuno buffet, llamadas locales gratis, internet, centro de negocios y transportación.
	Holiday Inn Express	Blvd. Independencia #1133, Ote. Colonia Granjas San Isidro. Torreón, Coahuila C.P. 27100 Teléfono: (871) 729- 6000	Alberca, gimnasio, 2 salones, desayuno express, internet, centro de negocios.
	Hotel El Fresno Galerías	Blvd. Diagonal Reforma y Av. Juárez #3620 Ote. Colonia Nuevo Torreón. Torreón, Coahuila. Teléfono: (871) 720- 0333	Restaurante, transportación de cortesía, salones para reuniones, tintorería y

			lavandería.
	Hotel Calvete	C. Ramón Corona #320 Sur. Colonia Centro. Torreón, Coahuila. C.P. 27000 Teléfono: (871) 716- 1010	Restaurante, estacionamiento, alberca, servicio a cuarto.
	Hotel Posada Sol Inn	Blvd. Revolución #3501 Ote. Torreón, Coahuila. Teléfono: (871) 720- 2991	Restaurante, estacionamiento, gimnasio, internet, restaurante-bar.
Categoría: 4 estrellas	Hotel Savoy Express	C. Acuña #257 Sur. Colonia Centro. Torreón, Coahuila. Teléfono: (871) 711 3030	Gimnasio, restaurante, centro de negocios, cuatro salones.
	Hotel Palacio Real	Avenida Morelos #1280. Colonia Centro. C.P. 27000 Torreón, Coahuila. Teléfono: (871)716-00-00	Restaurante buffet y con servicio a la carta
	Hotel Best West Posada	Blvd. Independencia #3851 Ote. Colonia El Fresno. Torreón, Coah. C.P. 27018	Desayuno buffet de cortesía, internet inalámbrico, centro de negocios, gimnasio, alberca y llamadas locales gratis.
Categoría: 3 estrellas	Hotel Torreón	C. García Carrillo #99 Nte. Colonia Centro, Torreón, Coahuila. C.P. 27000 Teléfono: (871) 718 7811	Internet inalámbrico, llamadas locales y desayuno continental.
	Hotel La Villa	Blvd. Diagonal Reforma y Avenida Hidalgo s/n. Colonia Nuevo Torreón. Torreón, Coahuila. Teléfono: (871) 720- 0888	Alberca, estacionamiento, restaurante-bar y lavandería.

	Hotel del Paseo	Avenida Morelos #574 Pte. Colonia Centro. Torreón, Coahuila. C.P. 27000 Teléfono: (871) 716- 0303	Restaurante con servicio a la carta y estacionamiento.
	Hotel Zafra	C. Jiménez #360 Sur. Colonia Centro. Torreón, Coahuila. C.P. 27000 Teléfono: (871) 711- 1199	Desayuno continental y estacionamiento con circuito cerrado.
	Hotel Laguna Inn	Calzada Prof. Ramón Méndez #3300. Colonia Nuevo Torreón Teléfono: (871) 455.6389	Televisión con cable, wi-fi, desayuno continental gratis, llamadas locales, alberca y servicio de despertador.
	Hotel Río Nazas	Avenida Morelos #732 Pte. Colonia Centro. Torreón, Coahuila. C.P. 27000 Teléfono: (871) 895- 7800	Restaurante, televisión con cable, internet y alberca.
Categoría: 3 estrellas	Hotel Palacio Real	Avenida Morelos #1280. Colonia Centro. C.P. 27000, Torreón, Coahuila. Teléfono: (871)716-0000	Restaurante buffet y con servicio a la carta.
	Hotel Alondra	Avenida Juárez #4691 Ote. Colonia Villa California. Torreón, Coahuila Teléfono: (871) 732 3840	Estacionamiento e internet.
	Hotel Alameda	Avenida Juárez #648. Colonia Centro. C.P. 27000, Torreón, Coahuila. Teléfono: (871) 713 8222	Internet inalámbrico.
	Hotel Antonieta	Avenida Allende #903 Pte. Esquina Blanco. Colonia Centro. Torreón, Coahuila de Zaragoza. Teléfono: (871) 716 0333	Restaurante con servicio a la carta, cable, internet y estacionamiento.

Hotel San Francisco	Blvd. Torreón – Matamoros y Calle 66 s/n. Colonia Gustavo Díaz Ordaz Teléfono: (871) 721-2213	Restaurante, internet y televisión por cable.
Real Estrellas Hoteles	Matamoros #611 Ote. Colonia Centro. Teléfono: (871) 760-0500	Televisión por cable y aire acondicionado.
Hotel Galicia	Cepeda #273, Colonia Centro. Teléfono: (871) 716-1119	Televisión por cable e internet inalámbrico.
Hotel Catedral	Comonfort #462 Sur. Colonia Centro Teléfono: (871) 711-2110	Gimnasio, internet inalámbrico y estacionamiento.

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Turismo del Estado de Coahuila.

Restaurantes.

Nombre	Modalidad	Dirección	Teléfono
Am Art And More Café Lounge	Cafeterías	Ave. Matamoros #1488 Ote. Zona Centro	
Angus	Comida Rápida	Pdte. Carranza #1245 Ote.	
Antojerías	Restaurante	Av. Juárez #680 Ote.	
Applebee's	Comida Internacional	Blvd. Independencia #1101 Ote. C.P. 27100. Granjas San Isidro	
Arabiga	Restaurant	Blvd. Independencia #1100 Ote. Centro	
Arabiga	Restaurant	Raúl López Sánchez #6000	
Arirang Comida Oriental	Restaurant	Blvd. Indpendencia #1300 Interior 219. Plaza Cuatro Caminos	
Arturo	Restaurant	Ave. Bravo #2945 Ote. Colonia San Marcos	
Baguetton	Comida Rápida	Agustín Zarzosa #328. Colonia Nueva Los Ángeles	
Baldoria	Comida Italiana	Blvd. Independencia #3699 Int. 22, C.P. 27018. Colonia El Fresno	
Boca de los Ríos	Restaurant	Av. Matamoros #1399 Pte. Colonia Centro	
Burger King	Comida Rápida	Periférico Raúl López Sánchez Colonia El Fresno. Centro Comercial Galería Laguna	
Burger King	Comida Rápida	Blvd. Independencia esquina con Calle 12	
Burger King	Comida Rápida	Blvd. Independencia #1100-D Ote. Colonia Centro	

Burritos Nico	Comida Rápida	Saltillo 400 #949	
Buzz Café	Cafeterías	Blvd. Independencia #1001 Ote. Colonia Granjas San Isidro	
Buzz Café	Cafeterías	Paseo de la Rosita #470. Campestre La Rosita	
Cabo Grill	Pescados y Mariscos	Feliciano Cobain Nte. #10 Colonia Granja San Isidro	
Café	Cafeterías	Blvd. Independencia #1100	
Café Cimaco	Cafeterías	Hidalgo #399 Pte. Segundo Piso	
Café La Fiesta	Cafeteráas	Paseo de la Rosita #910 Hotel Fiesta Inn. Campestre la Rosita	
Café La Morelos	Café restaurant	Av. Morelos #1250. Pte. Hotel Palacio Real	
Cafetería Chip´s	Cafeterías	Av. Morelos #705 Pte.	
Cafetería La Tortuga	Cafeterías	Paseo del Tecnológico #516	
Cafetería Meganet	Cafeterías	Avenida Juárez #594 Pte. Centro	
Cantares restaurant bar Bohemio	Restaurant bar	Independencia #694 Ote. Centro	
Canton	Restaurant	Avenida Juárez #750 Pte. Centro	
Carl´s jr.	Comida rápida	Blvd. Independencia #1001 Ote. Colonia Granjas San Isidro	
Carl´s jr.	Comida rápida	Blvd. Rodríguez Triana #1898	
Carnitas Bravo	Comida rápida	Calle 22 22 Esquina con Bravo	
Carnitas El Puente	Comida mexicana	Fernando Rodríguez #391 Ampliación Los Ángeles	

Carnitas La Terraza	Comida mexicana	Presa de las Vírgenes #5	
Carnitas Laguneras	Comida mexicana	Paseo del Tecnológico #467 Ave. Juárez Calle 34. Colonia Ampliación La Rosita	
Carnitas san pancho	Comida mexicana	Ramos Arizpe #471. Centro	
Carnitas pilo jr	Comida mexicana	Prolongación Presidente Carranza #1984 Pte. Centro	
Carnitas uruapan	Comida mexicana	Artes Gráficas y Calle 12, Colonia Miguel Hidalgo	
Casa alameda	Comida internacional	Donato Guerra esquina con Avenida Morelos #205 Sur	
La casa del panini	Comida italiana	Feliciano Cobain #576, esquina con Constitución. Colonia Nueva Los Ángeles	
Casa witt	Cafeterias	Ave. Matamoros #626 OTE	
Centro gordero	Restaurant	Cuitlahuac esquina con Tepanecas. Colonia Santa María	
Cerro grande	Comida rapida	Paseo de la Rosita #301 Local D. Campestre La Rosita	
Chihua´s restaurant bar & grill	Restaurant bar	Donato Guerra #283 Sur. Esquina con Avenida Juárez	
Chili`s	Restaurant bar	Blvd. Independencia #1300 LOCAL 101-102. Plaza Cuatro Caminos	
China Inn	Comida internacional	Periférico Raúl López #6000 L-215 Interior Galerías Laguna	
Church´s Chicken Torreon	Comida rápida	Blvd. Independencia #1300 Ote. INT. 215. Plaza Cuatro Caminos	
Church´s Chicken Torreon	Comida rápida	Saltillo 400	

Church´s Chicken Torreon	Comida rápida	Blvd. Independencia. Los Ángeles	
Continental	Comida internacional	Av. Morelos #732 Pte. Hotel Río Nazas	
Country Chick	Comida rápida	Blvd. Rodríguez Triana #835-B	
Dairy Queen	Comida rápida	Blvd. Independencia #1001-A OTE. Colonia La Granja	
Dairy Queen	Comida rápida	Blvd. Independencia Plaza Cuatro Caminos	
Dairy Queen	Comida rápida	Periférico Raúl López Sánchez #211. Galerías Laguna	
Dany Yo	Comida rápida	Periférico Raúl López Sánchez. Galerías Laguna	
Das Bier Haus	Comida rápida	Ave. Colón #12 Sur. Centro	
D´ Enriques	Pescados y mariscos	Simón Bolívar #519 Pte. Moderna	
Del Granero	Restaurant	Blvd. Constitución esquina con calle 8. Colonia Centro	
Del Granero	Restaurant	Morelos #432 Pte. Centro	
Denny´s	Comida americana	Blvd. Independencia #3788 Ote. Colonia El Fresno	
D'enriques	Comida internacional	Simón Bolívar #517 Pte. Moderna	
Domino´s Pizza	Comida rapida	Periférico Raúl López Sánchez #6000 Local 216 Galerías Laguna	
Domino´s Pizza	Comida rapida	Avenida Juárez #1275. Centro	
Domino´s pizza	Comida rapida	Blvd. Independencia #1100 Ote. INT-C Navarro	

Domino´s pizza	Comida rapida	Blvd. Rdz. Priana #747 Local 3. Parque Industrial Oriente	
Domino´s pizza	Comida rapida	Diagonal Las Fuentes y Paseo de la Rosita. Campestre La Rosita	
Doña gorda	Comida rapida	Avenida San Isidro #1289	
El chamuco	Comida internacional	Blvd. Constitución y Calle 4 #15	
El chamukito	Comida internacional	Paseo de la Rosita #304-B. Campestre de la Rosita	
El costeñito	Pescados y mariscos	Blvd. Independencia #3690 Ote. Colonia El Fresno	
El costeñito	Pescados y mariscos	Blvd. Independencia #1300 Local 18. Plaza Cuatro Caminos	
El cuartel del 15	Restaurant	García Carrillo #1740 Sur	
El danubio	Comida mexicana	Av. Escobedo #284 Ote. Centro	
El diablito	Restaurant	Blvd. Constitución #147 Ote. Colonia Ampliación Los Ángeles C.P. 27140	
El diablito	Comida rapida	Blvd. Constitución #147 Ote. Ampliación Nueva los Ángeles	
El diablito	Restaurant	Paseo de la Rosita #606. Campestre La Rosita	
El fogoncito	Taquerías y torterías	Raúl López Sánchez #6000 local 210. Galerías Laguna	
El golfito	Mercado de comidas	Blvd. Miguel Alemán esq. Sonora #150. Colonia Las Rosas	
El granito de café	Cafeterías	Calzada Colón #220 Sur. Centro	
El marinero	Restaurant	Avenida Allende #435 Pte.	

El mesón español	Comida internacional	Degollado #693	
El parrillero	Restaurant	Paseo de la Rosita #545. Campestre La Rosita	
El pescador	Pescados y mariscos	Escobedo #933. Centro	CENTRO
El potaje	Comida rápida	Cipreses #1351. Torreón Jardín	
El pueblito ok maguey	Mexicana	Blvd. Constitución #421 Ote. Ampliación Los Ángeles	
El rincon del bife	Comida internacional	Blvd. Independencia #2390 Ote. Colonia Estrella	
El tejaban	Restaurant	Diagonal de las Fuentes #3	
Falafelico	Restaurant	Blvd. Constitución #1500 Ote. San Isidro	
Fresh foods laguna sa de cv	Comida rápida	Blvd. Independencia #1121	
Gourmet cimaco	Restaurant	Blvd. Independencia #1300 Ote. Local 125. Plaza Cuatro Caminos	
Haagen-dazs	Restaurant	Periférico Raúl López Sánchez. Plaza Galerías Laguna	
Italianni´s	Comida italiana	Blvd. Independencia #1300 local-116-117, col. Navarro Plaza Cuatro Caminos	
Koto Sushi Bar	Comida internacional	Paseo de las flores #8. Colonia Campestre de la Rosita	
La Alhambra	Restaurant	Blvd. Independencia #1798 Ote.	
La Blanquita	Taquerias y torterias	Valdez Carrillo #490 Sur	
La Carreta	Comida rapida	Blvd. Constitución y Salvador Creel #923. Nueva Los Ángeles	

La Casa de Don Peperonee	Comida rápida	Paseo de la rosita #611. Colonia Campestre LA Rosita	
La copa de leche	Restaurant	Valdez Carrilo #359 sur. Centro	
La corrida	Restaurant	Paseo de la rosita #563-a	
La fuente	Restaurant	Blvd. Revolucion #3501 ote	
La hacienda	Restaurant	Av. Hidalgo #1. Centro	
La joya	Taquerias y torterias	Ave. Matamoros y Javier Mina #109. Centro	
La majada	Restaurant	Donato guerra #1001. Centro	
La malinche	Restaurant	Calz. Diagonal de las fuentes #1015	
La masia	Comida mexicana	Blvd. Independencia s/n	
La palapita	Restaurant	Calzada nogales y s. Creel.	
La placita	Restaurant	Paseo de la rosita #310	
La rueda	Taquerias y torterias	Blvd. Independencia #2364 ote	
La tavola	Comida italiana	Blvd. Senderos #381 local 11	
La terraza	Restaurant	Av. Hidalgo #399 pte. Plaza Cuatro Caminos	
La terraza	Restaurant	Blvd. Independencia #1300 ote.	
La villa	Restaurant	Diagonal reforma esq. Con hidalgo s/n. Hotel La Villa	
Las alitas	Comida rápida	Blvd. Independencia #801 ote	
Las chanitas	Comida rápida	Paseo de la rosita	

Las mañanitas	Restaurant	Blvd. Rodriguez Triana. Santa Fé	
Los adobes	Restaurant	Juárez #3521 Ote. Nueva Torreón	
Los corrales	Restaurant	Saltillo 400 #323	
Los toños	Taquerias y torterias	Salvador creel #517. Colonia Las Margaritas	
Marina taco	Comida internacional	Periférico Raúl López Sánchez. Galerías Laguna	
Mariscos bichi	Pescados y mariscos	Avenida Juárez esq. Con calle 7	
Marisqueria bahia sinaloense	Pescados y mariscos	Avenida Juárez #1290 Ote	
Martin´s	Cafeterías	Blvd. Independencia #1133-1 Ote	
Martin´s oficinas	Cafeterías	Cuauhtemoc #790 Nte.	
Martin's	Cafeterías	Av. Hidalgo #70 Pte. Centro	
Messa rica	Comida internacional	Perif. Raúl López Sánchez #10995. Colonia Los Viñedos	
Mister pizza	Comida rápida	Av. Rodríguez Triana #835. Colonia Santa Elena	
Montana steak house	Restaurant	Paseo de las flores #8	
Nikkori sushi bar	Restaurant	Paseo de la rosita #602. Campestre de la Rosita	
Nutri mania	Comida rápida	Javier mina #280 Nte. Centro	
Oasis restaurante	Restaurant	Blvd. Rodriguez Triana #768-4. Rincón de la Hacienda	
Ostioneria el barquito	Pescados y mariscos	Blvd. Independencia #1100 Ote. Hipermart	
Palacio chino	Comida internacional	Donato guerra #25 sur	

Pampas restaurante do brasil	Comida internacional	Paseo de la rosita #421. Campestre de la Rosita	
Panda jr	Comida rápida	Blvd. Revolución #5000 Ote.	
Papa john´s	Comida rápida	Blvd. Independencia #746 ote	
Picante y caliente	Comida rápida	Blvd. Revolución #2437 ote	
Pizza Hut	Comida rápida	Avila Camacho #1218	
Pizzeria bella napoli	Comida rápida	Fco. I madero #1350 nte.	
Pollo Feliz	Comida rápida	Paseo de la rosita #495	
Pollo Loco	Comida rápida	Blvd. Independencia #585	
Pollo Santos	Comida rápida	Av. Juárez #1602	
Pollo Sinaloa	Comida rápida	Agustín zarzosa #1	
Restaurant calvete	Restaurant	Ave. Juárez esq. Ramón Corona s/n. Hotel Calvete	
Restaurant la cabaña zona rosa	Comida internacional	Matamoros #174 Ote.	
Restaurant naturista del granero	Comida rápida	Calzada estadio #490 sur	
Restaurante principal	Comida internacional	Matamoros #267	
Rincón de España	Comida internacional	Blvd. Independencia #3620 Ote. (Parque España)	

Salatt	Comida rápida	Paseo de la rosita #516. Campestre de la Rosita	
San remo café	Cafeterías	Blvd. Independencia #1300	
Sanborns	Comida internacional	Periférico Raúl López Sánchez. Plaza Galerías Laguna	
Sayori	Comida internacional	P. Raúl López s. #6000 local 208 Plaza Galerías Laguna	
Señor tequila	Restaurant	Blvd. Constitución #740 Ote.	
Sirloin stockade	Comida internacional	Blvd. Independencia #2270 Ote.	
Steak palenque	Comida internacional	Blvd. Independencia #2557 Ote	
Subway	Comida rápida	Blvd. Independencia #1769 local 2	
Subway	Comida rápida	Paseo de la rosita #210-5	
Súper lonches pinzan	Taquerías y torterías	Constitución #623 Ote. Colonia Nueva Los Ángeles	
Super salads	Comida rápida	Blvd. Independencia #1121	
Sushi express	Comida internacional	Blvd. Independencia #1770 Ote	NAVARRO
Sushi roll	Comida internacional	Blvd. Independencia #1300 Ote int. Local 221	NAVARRO
Tacos orientales	Taquerías y torterías	Diagonal las fuentes	
The italian coffe	Cafeterías	Blvd. Independencia #1300 inte. 4 caminos. Colonia Navarro	
Tio taco	Taquerías y torterías	Blvd. Independencia #1300 local 225. Plaza Cuatro Caminos	

Tonny roman`s	Comida internacional	Blvd. Independencia #3839 Ote.	
Top´s burger	Comida rápida	Blvd. Independencia #1100	
Top´s corn	Comida rápida	Blvd. Independencia #1100	
Vip´s	Cafeterías	Blvd. Independencia #1300 Ote. Interior 4 caminos. Col. Navarro	
Wendy´s	Comida rápida	Blvd. Rodríguez Triana #5780	

Agencias de viaje.

Agencia	Clasificación	Dirección	Teléfonos
DE LA MORA VIAJES	MINORISTAS 305080138000	AVE. HIDALGO #436 PTE. CENTRO	8717121436
NEPTUNO TOURS	MINORISTAS	BLVD. CONSTITUCION #847 PTE. CENTRO	8717160150 8717162788
PATRI-MEX	MINORISTAS 305030209500	BLVD. CONSTITUCION #175 OTE. CENTRO	8717161179 8717161189 193 56 00 - 02
TURISMO SILVEYRA	MINORISTAS	BLVD. ARMANDO DEL CASTILLO FRANCO 605-B PARQUE INDUSTRIAL LAGUNERO	8717194300 8717194200
VIAJES CESAR	MINORISTAS	MATAMOROS 60 PTE. CENTRO	8717166868
VIAJES COAHUILA	MINORISTAS 4002507	ABASOLO OTE NO. 345 CENTRO	8717222220
VIAJES FOBOS	MINORISTAS	AV. CENTRAL 1310-1 TORREÓN JARDÍN	8717138858
VIAJES INTERLAG, S.A. DE C.V.	MINORISTAS 4002868	AV. MATAMOROS 856 PTE. CENTRO	8717166584 8717166586
VIAJES MARNIC	MINORISTAS	DEGOLLADO 142 SUR. CENTRO ZONA ROSA	8717164590
VIAJES NORMAR	MINORISTAS 305080591400	FELICIANO COBIAN NO. 121 PLANTA BAJA. COLONIA LOS ÁNGELES	8717220282 8717220848
VIAJES TUEME, S.A. DE C.V.	MINORISTA 4001418	AVE. MORELOS 145-B OTE. CENTRO	8717110433
FLY TRAVEL TORREON	OPERADORA 4012481	GONZALEZ #112, AMP. LOS ANGELES	8717111941
TURIMAR	MINORISTA 4013022	GALEANA 211 SUR. CENTRO	871 716 82 80

VIAJES KAVELARIS, S.A.	MINORISTAS 04050350071	BOULEVARD CONSTITUCIÓN OTE. 745-D. LAS MARGARITAS	871 717 33 35 871 717 23 34
PROMOTORA DE TURISMO Y DIVERSIÓN	OPERADORA 04050350072	AV. CORREGIDORA 2130 OTE. CENTRO	871 713 78 96 871 315 77 75
VIAJES TURISMO Y RECREACIÓN, S.A. DE C.V.	MINORISTA	AV. JUÁREZ 1998-A CENTRO	871 713 13 52 871 722 54 22 871 793 07 79 871 713 13 56
ALMEIDA VIAJES TORREÓN	MINORISTA 4013382	BOULEVARD INDEPENDENCIA 1121-7 CENTRO	
INFINITY TURISMO	MINORISTA 4013009	CIPRESES 530. JARDINES DE CALIFORNIA	

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Turismo del Estado de Coahuila.

Líneas de Autobuses.

Línea	Modalidad	Dirección	Teléfono
CENTRAL DE AUTOBUSES	CENTRAL DE AUTOBUSES	JUAREZ #4700	8717203524
OMNIBUS DE MEXICO	AUTOBUSES COMERCIALES	AV. JUAREZ Nª 4700 Ote.	8717201658
TRANSPORTES CHIHUAHUENSES	AUTOBUSES COMERCIALES	AV. JUARES Nª 4700 OTE.	8717200808 8717200889
ASTROTURS	AUTOBUSES COMERCIALES	BLVD. REVOLUCION #885 - A PTE	8717127380
AUTOBUSES BLANCOS SALTILLO-TORREON	AUTOBUSES COMERCIALES	AVE. JUAREZ #4700	8717200889
AUTOBUSES DE LA LAGUNA	AUTOBUSES COMERCIALES	AVE. JUAREZ #4000	87171203525
AUTOBUSES ESTRELLA BLANCA	AUTOBUSES COMERCIALES	AVE. JUAREZ #4700 OTE.	8717200808
AUTOBUSES ROJOS DE LA LAGUNA	AUTOBUSES COMERCIALES	BLVD. REVOLUCION #1355 B PTE.	8717129125
AUTOBUSES SALTILLO-PARRAS	AUTOBUSES COMERCIALES	RAMOS ARIZPE Y MUZQUIZ S/N	
AUTOBUSES TURISTAR Y FUTURA	AUTOBUSES COMERCIALES	AVE. JUAREZ #4700	8717200808
TRANSPORTES DEL NORTE	AUTOBUSES COMERCIALES	AVE. JUAREZ #4700	8717326898
TRANSPORTES TAMAULIPAS	AUTOBUSES ESPECIALES DE TURISM	BLVD. INDEPENDENCIA #89 OTE.	8717187643

TRANVIAS TURISTICOS	AUTOBUSES ESPECIALES DE TURISM	PASEO DE LA ROSITA #308 - D	8717201861

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Turismo del Estado de Coahuila.

Taxis

Nombre	Dirección	Colonia	Teléfono
ECOTAXI DE LA LAGUNA	BLVD. INDEPENDENCIA #570 PTE.	CENTRO	8717110099
ECO-TAXIS COCODRILOS	CALLE 25 Y AVE. JUAREZ	CENTRO	8717138183
MANDARINAS	AV. ZACATECAS #753 OTE	CENTRO	8717181111
RADIO TAXI AGUILA	AVE.TEXCOCO #500 Y CALZ. XOCHIMILCO	FRANCISCO VILLA	8717216161
RADIO TAXIS AMARILLOS	AVE. VICTORIA #2037 OTE.	CENTRO	8717181920
SITIO DE AUTOS ALAMEDA	ALLENDE Y DONATO GUERRA	CENTRO	8717133036
SITIO DE AUTOS CENTRAL DE AUTOBUSES	AVE. JUAREZ #4700	NUEVA CALIFORNIA	8717209933
SITIO DE AUTOS PARAISO	BLVD. INDEPENDENCIA Y JIMENEZ #100	CENTRO	8717129197
SITIO ESTACION DEL FERROCARRIL	PROLONGACION COLON Y GALEANA SUR	NUEVA AURORA	8717122601

Casas de cambio

Nombre	Dirección	Teléfono
La onza de Oro	Independencia #327, Torreón Centro, C.P 27000.	(871)716-7318
Monedas y metales de la Laguna	Juan Antonio de la Fuente #200, Torreón Centro, C.P 27000.	(871)712-9262
Cambios Nazas Centro Cambiario SA de CV	Valdéz Carrillo #337, Centro Torreón, C.P 27000.	(871)716-8620
Centro Cambiario La Rosita SA de CV	Saltillo 400 #235 L5A, Campestre La Rosita, Torreón, C.P 27250.	(871)763-1400
Money Mart, Centro Cambiario SA de CV	Independencia #1100 Ote. 20-A, Centro, Torreón, C.P 27000.	(871)718-9922
Base Inter Casa de Cambio	Blvd. Independencia #3890, El Fresno, Torreón, C.P 27018.	(871) 722 1780 (871) 182 0448
Cambios San Francisco	Saltillo 400 #235, Campestre La Rosita, Torreón, C.P 27250.	(871) 763 1400
Casa de Cambio Nazas	Valdez Carrillo #337, San Ángel, Torreón, C.P. 2700, Coahuila.	(871) 716 8632
Casa SESMA	Avenida Juan F. Brittingham #141, Ciudad Industrial, Torreón, C.P. 27019.	(871) 717 7611
Centro Cambiario Feselser	Avenida Benito Juárez #764, Las Torres, Torreón, C.P. 27085, Coahuila	(871) 716 3057
CIBANCO	Boulevard Independencia #843, Granjas San Isidro, Torreón, C.P. 27100, Coahuila	(871) 204 1100
Consultora Inter Casa	Independencia #3899, El Fresno, Torreón, C.P 27018, Coahuila.	(871) 204 1104
Consultoría Inter Casa de Cambio	Blvd. Independencia #3899, San Ángel, Torreón, C.P. 27000, Coahuila.	(871) 204 1101
Hipotecaria NAL	Calle Donato Guerra, San Ángel, Torreón, C.P 27000, Coahuila.	(871) 712 7858

Intercam Casa de Cambio	Blvd. Independencia #421, Ex Hacienda Antigua Los Ángeles, Torreón, C.P 27260, Coahuila.	(871) 718 0575 (871) 718 3620
Intercam Casa de Cambio	Calle Gregorio A. García #95, San Ángel, Torreón, C.P 27000, Coahuila.	(871) 722 6460 (871) 713 0714
Martínez Duarte Ma. Florencia	Avenida Miguel Hidalgo #3015, Jardines Reforma, Torreón, C.P. 27060, Coahuila.	(871) 720 2543
Cambios Nazas Centro Cambiario SA de CV	Valdez Carrillo #337, Centro, Torreón, C.P. 27000, Coahuila	(871)716-8620
Money Mart Centro Cambiario SA de CV	Independencia #1100, Ote. 20-A, Centro, Torreón, C.P 27000.	(871)718-9922
Centro Cambiario La Rosita SA de CV	Saltillo 400 #235 L5A, Campestre La Rosita, Torreón, C.P 27250, Coahuila.	(871)763-1400
La Onza de Oro	Independencia #327, Torreón, Centro, C.P 27000, Coahuila	(871)716-7318
Moneda Universal	Calle Gmo. Madrazo #628, San Ángel, Torreón, C.P 27000, Coahuila.	(871) 712 5153
Safe Market	Avenida Morelos #653, San Ángel, Torreón, C.P 27000, Coahuila.	(871) 716 2717
Valdés Fernández Jesús Ricardo	Avenida Allende #170, San Ángel, Torreón, C.P 27000, Coahuila.	(871) 712 9840
Vectodivisas	Blvd. Independencia #1999, San Isidro, Torreón, C.P 27100, Coahuila.	(871) 713 4742 (871) 717 6188
Base Inter Casa de Cambio	Blvd. Independencia #1111, Granjas San Isidro, Torreón, C.P 27100, Coahuila.	(871) 718 2300
Base Inter Casa de Cambio	Blvd. Independencia #3890, El Fresno, Torreón, C.P 27018, Coahuila.	(871) 722 1750
Base Inter Casa de Cambio	Blvd. Independencia #421, Ex Hacienda Antigua Los Ángeles, Torreón, C.P 27260, Coahuila.	(871) 713 4299

Intercam Casa de Cambio	Calle Gregorio A. García #95, San Ángel, Torreón, C.P 27000, Coahuila.	(871) 717 7433
Intercam Casa de Cambio	Avenida Matamoros #1009, San Ángel, Torreón, C.P. 27000, Coahuila	(871) 717 7467

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Turismo del Estado de Coahuila.

SPA

Nombre	Dirección	Teléfono
Amezcua Dennie Alina	Blvd. Independencia #3775 18, El Fresno, Torreón, C.P 27018, Coahuila	(871) 182 0088
Blossom Spa	Prf. Raúl López Sánchez 6000 222, El Fresno, Torreón, C.P. 27018, Coahuila	(871) 750 5257
Spa Temazcal Tlahuicalli Casa de Luz	Calle Morelos #17 Pte., Torreón Centro, C.P 27000, Coahuila.	(871) 720 2481
Tadam Consultorio Médico y Spa	Blvd. de la Libertad #50, Rincón de los Nogales, Torreón, C.P 27054, Coahuila	(871) 267 9076
Bio Spa	Carmen Pamanes #302, Nueva Los Ángeles, Torreón, C.P 27140, Coahuila	(871)713-5088
Los Azulejos Golf Resort & Spa	Carretera Torreón San Pedro Km. 9.5, San Ángel, Torreón, C.P 27000, Coahuila	(871) 750 7490
Serenity Spa	Blvd. Independencia #3750-4 Col. El Fresno, C.P. 27100, Torreón, Coahuila	(871) 713 8094
Ion Spa Torreón	Saltillo 400 #802 C.P. 27250, Torreón, Coahuila	(871) 757 3400
Sereno Núcleo Antiestres	Blvd. Independencia 3775 Ote. Residencial El Fresno C.P. 27100, Torreón, Coahuila.	(871) 182 0088
Formas Spa	Plaza Independencia. Blvd. Independencia No. 2295 Ote. Torreón, Coahuila. Local 6 y 7.	204-0202 y 204-0220
Formas Spa	Diagonal Reforma #1400 Local 2. Plaza Colibrí.	204-0675 y 722-9644
Integra Spam & Wellness Center	Lucia A. Fernández 319 (calle 12), Torreón, Coahuila 27140	871.209.0402

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Turismo del Estado de Coahuila.

Instalaciones Deportivas

Nombre	Dirección	Actividades
Parque Acuático Wet Laguna	Torreón - Matamoros Km. 14, Matamoros, Coahuila.	Toboganes y albercas.
Bosque Venustiano Carranza	Calle Juan Pablo y Avenida Matamoros s/n, Centro, 27001.	Caminata en pista, basquetbol y frontenis.
Parque Los Fundadores	Calle Melchor Muzquiz S/N Col. Maclovio Herrera, C.P. 27190	Futbol, basquetbol y voleibol y caminata en la pista.
Estadio Revolución	Av. Juárez y C. Juan Gutemberg S/N Av. Juárez y C. Juan Gutemberg S/N.	Práctica de beisbol y eventos profesionales.
Estadio Territorio Santos Laguna	Carretera Torreón-San Pedro Km 7 y Carretera Paseo del Águila S/N	Eventos profesionales de futbol soccer.
Unidad Deportiva de Torreón	Blvd. Revolución S/N Esq. Paseo de la Rosita C.P. 27250	Basquetbol, voleibol, futbol soccer profesional e infantil, caminata en la pista, beisbol y softbol.
Club Campestre de Torreón	Paseo de Las Flores esq. Paseo del Campestre S/N Col. Campestre la Rosita. C.P. 27250	Golf, gimnasio, tenis y natación
Club Campestre de Montebello	Carretera Torreón Mieleras Km 1.5 C.P. 27259.	Golf, tenis, futbol, basquetbol, natación y spinning.
Country Club Laguna	Carretera Torreón - San Pedro Km. 9.5 Fraccionamiento Los Azulejos. C.P. 27422	Golf, yoga y tenis.

Club San Isidro	Blvd. Constitución s/n Entre calle Hamburgo y Av. San Isidro, Torreón Coahuila.	Natación, basquetbol, béisbol, futbol, futbol americano, jai alai, frontenis, squash y caminata.

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Turismo del Estado de Coahuila.

Bares

Nombre	Dirección	Teléfono
Bar Jazz Bozz	Paseo de la Rosita #513-A. Fracc. Campestre la Rosita	8717212289
Bar La Villa	Blvd. Independencia #1819 Ote.	
Cantares	Blvd. Independencia #694 Ote. Colonia Centro.	8717132439
Carambolas	Avenida Morelos #704 Sur. Col. Centro	8717149063
El Greco	Morelos #1280 Pte. Hotel Palacio Real. Col. Centro	8717160000
El Tren	Avenida Central #1899	
Faces Bar	Blvd. Independencia #3788. Fracc. El Fresno	8717509797
Friends	Paseo de la Rosita #509-B	8717218217
Gallery de la Laguna	Paseo de la Rosita #509-D. Campestre de la Rosita	8717216330
La Cueva Corona	Saltillo 400 y Diagonal Las Fuentes Local Km. 15	8711494215
La Ciudad	Paseo de la Rosita	8717271577
Los Ángeles	Paseo del Tecnológico	8717327445
Los Arrieros	Blvd. Independencia #2207 Ote.	8717221358
Mr. Pool	Avenida Juárez #555 Ote. Col. Centro	8717112262
Rincón Bohemio Bar	Blvd. Constitución #6. Ote.	8717170717
Rincón Gitano	Avenida Matamoros #449 Ote.	8717166079

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Turismo del Estado de Coahuila.

Congresos y Convenciones (Recintos feriales)

Nombre	Dirección y Teléfono	
Expo Center Laguna	Periférico Raúl López Sánchez. Zona Industrial Torreón, C.P. 27019. (871) 750-57-28	Piso de Exhibición Continuo, Salones de Convenciones, 3 Oficinas Ejecutivas, Servicio de Alimentos, Servicio de Audio y Video, Wi Fi, Centro de Negocios, Servicio de Teléfono, Estacionamiento, Proveedores de Convenciones y Exposiciones.
Centro Cultural Braulio Fernández Aguirre	Carretera Torreón – Matamoros km. 7.5 Torreón, Coahuila. (871) 757-00-79	Piso de Exhibición Continuo, Salones de Convenciones, Servicio de Alimentos, Servicio de Audio y Video, Wi Fi, Centro de Negocios, Servicio de Teléfono, Estacionamiento, Proveedores de Convenciones y Exposiciones
Coliseo Centenario	Carretera a San Pedro y Periférico S/N E. Ignacio Allende.	Torre de acceso con elevador al área de palcos, torre de acceso a los diversos niveles, restaurante y bar en la planta baja, locales comerciales en el primer y segundo nivel, confortables palcos con internet y estacionamiento para 1300 autos.

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Turismo del Estado de Coahuila.

Teatros

Nombre	Dirección	
Teatro Nazas	Calle Cepeda #155 Sur. Col. Centro.	871 712 4797
Teatro Isauro Martínez	Galeana #73, Sur. Colonia Centro.	871 192 0839
Auditorio Municipal de Torreón	Avenida Colón.	

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Turismo del Estado de Coahuila.

Cines

Nombre	Dirección	Teléfono
Cinépolis	Plaza: Galerías Laguna Periférico Raúl López Sánchez 6000, El Fresno, 27019 Torreón, Coahuila de Zaragoza.	(871) 750 7955
Cinépolis	Plaza: Cuatro Caminos Prolongación B. Independencia 1300, 27100 Torreón, Coahuila.	871 722 5811
Cinemex	Plaza: Intermall Laguna Dirección: Calzada José Vasconcelos #1955 Residencial Tecnológico, Torreón Coahuila.	(871) 7 57 31 31
City Cinemas	Boulevard Rodríguez Triana 1950, La Merced II, 27250 Torreón, Coahuila de Zaragoza	(871) 720 9141

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Turismo del Estado de Coahuila.

Centros Comerciales

Centro Comercial	Dirección y Teléfono	Servicios o instalaciones
Galerías Laguna	Dirección: Periférico Raúl López Sánchez 6000, El Fresno, 27019 Torreón, Coahuila de Zaragoza. Teléfono: 01 871 750 7955	Área de estacionamiento, área de comida, área de baños, Cinépolis, hotel, restaurantes como las Alitas y Héroes, Liverpool y Sears.
Plaza Comercial Cuatro Caminos	Dirección: Prolongación B. Independencia 1300, 27100 Torreón, Coahuila. Teléfono 01 871 722 5811	CIMACO, Cinépolis, área de comidas, estacionamiento y área de baños.
Intermall Laguna	Dirección: Calzada José Vasconcelos 1955 Residencial Tecnológico, Torreón Coahuila. Teléfono: (871) 7 57 31 31	Cinemex, Hotel Hilton Garden, restaurante Costeñito, bar, estacionamiento y área de baños.
Plaza San Isidro	Blvd. Independencia 1121. Col. Granjas San Isidro Torreón.	Bar Meneos, restaurante Apple Bee's, banco. Al lado hay un hotel Fiesta Inn y enfrente un Hipermart y un Burger King.
Plaza San Luciano	Dirección: Blvd. Independencia 2600, La Estrella, Torreón. Teléfono:01 871 747 9160	Locales de ropa, accesorios, etc., establecimiento de Blockbuster y un Antro.
Plaza Saltillo 400	Dirección: Calzada Saltillo 400 Torreón, Coahuila.	Servicio de Paquetería y Estafeta, entre otros.

Mercado Juárez	Dirección: Col. Ana, Torreón, Coahuila de Zaragoza	Venta de frutas, verduras, abarrotes, dulces típicos, comidas.

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Turismo del Estado de Coahuila.

Tour Operadores

Nombre	Dirección	Teléfono
Operadora de Grupos (Filiberto Islas Pimentel)	Diagonal Las Fuentes 1215-C. Campestre La Rosita	(871) 364 4148

Embajadas

Nombre	Dirección	Teléfono
Consulado de España	Panamá 1941 Torreón, Coahuila de Zaragoza. C.P.27100	(871) 722 9001

Dirección de Turismo y OCV

Nombre	Dirección	Teléfono
Dirección Municipal de Turismo	Avenida Matamoros y Calle Galeana	(871) 729-2300 (871) 729-23-66
Oficina de Convenciones y Visitantes Laguna	Arocena 101, Colonia Los Ángeles	(871) 793 2244

Hospitales

Nombre	Dirección	Teléfono
Hospital Español	Segundo de Cobian Centro, Torreón, Coahuila de Zaragoza	(871) 705 3333
Hospital Universitario	Cll Juarez 951, 27000 Torreón, Coahuila de Zaragoza	(871) 713 4519
Hospital Ángeles	Paseo del Tecnológico 909, Residencial Tecnológico, 27250 Torreón, Coahuila de Zaragoza	(871) 729 0400
Hospital de la Mujer	Blvd. Rodriguez Triana, Blvd. Rodriguez Triana 652, Col. La Hacienda Oriente, 27276 Torreón, Coahuila de Zaragoza	(871) 729 6900
Hospital General del ISSSTE	Calle 48 N/A, 27084 Torreón, Coahuila de Zaragoza	(871) 722 2640
Hospital General de Zona #1 IMSS	Profesora Esther Galarza 222, Fidel Velásquez, 35000 Gómez Palacio, Durango	(871) 719 6802
Cruz Verde La Laguna	Ave. Universidad 220 Ex – hacienda La Merced Sección 1	(871) 776 52 52

Bomberos y Protección Civil

Nombre	Dirección	Teléfono
López y Caman S.C.	Independencia 851 Torreón Centro, 27000 Torreón, Coahuila de Zaragoza, México	(871) 722 7841
Heroico Cuerpo de Bomberos	Luis F. García Jiménez 251 Ciudad Industrial, 27088 Torreón, Coahuila de Zaragoza, México	
Departamento de Bomberos	Luis F. García Jiménez 251 Ciudad Industrial, 27088 Torreón, Coahuila de Zaragoza, México	(871) 712 0066 (871) 716 3660
Protección Civil	Nelson Lozada Ramírez Director de la Unidad de Protección Civil 2 22 50 69 Av. Morelos y Calle Galeana, Col. Centro, Torreón Coahuila.	

Gasolineras

- Servicio Cuatro Caminos de Torreón S.A.
- Gasolinera Los Ángeles S.A. de C.V.
- Bertha Dolores Castro Mora Gasolinera
- Gasolinera San Isidro S.A. de C.V.
- Servicios San José S.A.
- Autoservicio Ramirez S.A. de C.V.
- Ary Super Servicio S.A. de C.V.
- Gasolinera la Laguna
- Gasolinera Sarabia
- Gasolinera Litro Bien
- Petroequipos Internacional S.A. De C. V.
- Gasolinera San Isidro Sa De Cv
- Gasolinera Los Angeles, S.A. De C.V.
- Migasolina San Pedro
- Migasolina Cuautémoc
- Migasolina Fuentes
- Migasolina Xochimilco
- Migasolina Tres Caminos
- Migasolina Independencia
- Migasolina Merced
- Migasolina Juárez
- Migasolina Morelos
- Migasolina Unión
- Migasolina Galerías
- Migasolina Campesino
- Migasolina Santa Fe
- Migasolina Constitución
- Migasolina Arista
- Migasolina Abastos
- Migasolina Muzquiz
- Migasolina Colón
- Migasolina Revolución
- Migasolina Reforma
- Migasolina Saltillo 400
- Migasolina Revolución
- Migasolina Florencia
- Gasolinera La Barda
- Gasolinera Martilo
- Gasolinera Faza
- 42 gasolineras PEMEX- OXXO
- Aeropuerto de Torreón
- Auto Servicio Mayrán
- Combustibles Integrales
- Combustibles Poliforum

- Diagonal Gasolinera
- Estación de Combustibles / Antigua Carretera a San Pedro Elizondo No 55, Ejido Ana
- Estación Servicio La Feria
- Estación Servicio La Rosita 2
- Gasolinera Jr Combustibles
- Gasolinera Cactus / Torreón-Matamoros
- Gasolinera Los Ángeles / Ejido California
- Gasolinera La Joya / Torreón-Matamoros Km 9.2
- Gasolinera Palmas
- Gasolinera Torreón
- Gasolinera Plaza Aurora / Torreón-San Pedro Km 3.5
- Gasolinera Vasconcelos
- Mi Gasolina Brittingham /Ciudad Industrial Torreón.
- Grupo Necar
- Ibérica 2000 / Torreón-San Pedro Km 6.7
- Servicio del Norte Rodríguez
- Servicio Autom. La Rosita
- Nassa Torreón
- Oper Hidro

III. PRODUCTOS TURÍSTICOS

En operación

Municipio	Torreón, Coahuila
Nombre del producto	**Aventura en la Sierra de Jimulco**
Descripción del producto (incluyendo precio promedio, duración y datos generales)	Visita a la Sierra de Jimulco, uno de los sitios más vírgenes de la hermosa Ciudad de Torreón. Mamíferos, aves y una extensa variedad de flora del desierto coexisten en este hermoso lugar. Una probadita de aventuras descendiendo la montaña en bicicleta o a caballo, además derramar suficiente adrenalina en la tirolesa del lugar. Incluye: • Traslado • Pago de entrada al lugar. • Bicicleta y/o caballo • Uso de tirolesa. No incluye: Alimentos y lo no especificado. Vigencia: 2014.
Operador con datos de contacto	Operadora de Grupos. Filiberto Islas Pimentel Celular: 044 871 346 41 48 Diagonal las Fuentes 1215-C Campestre la Rosita. Correo electrónico: fily100@yahoo.com.mx

Municipio	Torreón, Coahuila
Nombre del producto	**Gran Travesía del Desierto**
Descripción del producto (incluyendo precio promedio, duración y datos generales)	Programa turístico de 3 a 6 días de duración, en vehículos 4x4. Lo invitamos a vivir un viaje único en vehículos todo terreno, recorriendo los sitios más bellos del desierto, en el listado de sitios se encuentran; lagunas de Mayrán, Cuatro Ciénegas, Dunas de Acatita y la Zona del Silencio. Incluye: • Vehículo 4x4 para el recorrido • Alimentos. • Hospedaje en cabaña o casa de campaña. Costo : $ 5,500 pax No incluye: Lo no especificado y souvenirs. Vigencia: 2014.
Operador con datos de contacto	Operadora de Grupos. Filiberto Islas Pimentel Celular: 044 871 346 41 48 Diagonal las Fuentes 1215-C Campestre la Rosita. Correo electrónico: fily100@yahoo.com.mx

Rutas Turísticas

1. Ruta “Coahuila Sur”

Esta ruta se realiza en dos días. El día 1 inicia con un desayuno en el municipio de Parras para después partir hacia el Pueblo Mágico de Viesca, realizando una primera escala en la Ex Hacienda de Santa Ana de Hornos. El siguiente punto a visitar es el Museo Municipal de Viesca, donde a través de un recorrido guiado, el visitante conocerá la historia y tradiciones del pueblo.

Este recorrido incluye también la visita de algunos edificios históricos, además de llegar al lugar donde resguardan al milagroso Santo Niño de Atocha, después los visitantes podrán degustar una deliciosa comida norteña en el Parque Juan Guerra. Por la tarde se realiza una visita a la Villa de Bilbao donde se dispondrá de un buen tiempo para disfrutar del atardecer en las Dunas de Bilbao. Ya entrada la tarde, se retorna al municipio de Parras para pernoctar. El segundo día se realiza una visita al Santo Madero, además de una visita al Colegio de San Ignacio de Loyola y se da un tiempo libre a los visitantes para comer y dar un paseo por las tiendas de dulces regionales, campechanas, vinos y mezclilla.

Este recorrido es operable todo en año e incluye: transporte turístico, guía, entradas, un desayuno, una comida, una noche de hospedaje y seguro.

Contacto:
AVENTURarte Coahuila / Agencia de Servicios Turísticos
Adrián Alberto Sánchez Ortiz
Tel. Cel. 842 423 53 03
www.aventurartecoahuila.com
Facebook. Aventurarte Coahuila
Twitter aventurartecoah
Whatsapp 842 423 53 03
E-mail aventurarte.coahuila@gmail.com

2. Ruta del Nazas al bravo.

Esta ruta se desarrolla una vez al año en el mes de noviembre y refiere a una travesía de mil kilómetros durante tres días, por la cual pilotos de cuatrimotos y vehículos todo terreno, atraviesan los desiertos de Coahuila en el paseo denominado “Del Nazas al Bravo”, cruzando el estado desde La Laguna hasta ciudad Acuña.

La aventura inicia en la explanada de la Plaza Mayor en Torreón, teniendo como primer objetivo el municipio de Cuatro Ciénegas. Al día siguiente se reanuda el recorrido hasta la comunidad de El Melón, en el municipio de Múzquiz, donde los pilotos disfrutan de una noche de campamento con cena y música de banda.

La última parte del trayecto un recorrido de 270 kilómetros, arribando a la meta instalada en la Macroplaza de Acuña, donde se dará la gran recepción a los participantes procedentes de las diversas regiones de Coahuila y los estados de Chihuahua, Durango, Jalisco, Nuevo León y Sinaloa.

Contacto:
CANACO Torreón

3. Ruta de los Pueblos Mágicos de Coahuila

Ruta turística visitando los cuatro pueblos mágicos de Coahuila: Arteaga, Parras de la Fuente, Cuatro Ciénegas y Viesca, incluye hospedaje, alimentos, visitas guiadas y experiencias como degustación de vinos de las casas vitivinícolas de Parras, visita al Cañón de la lima y degustación de dulces regionales. La duración de esta ruta es de 7 días y 6 noches.

Contacto:
Servicios Turísticos de Coahuila (SERTUCO).
Ing. Luis González Arocha.
Tel: (869) 696 05 85
cel: (045) 866 137 50 34
Correo electrónico: dmcdecoah@hotmail.com.
Página Web: www.rutadeldesierto.com.mx

Parras de la Fuente	Arteaga	Cuatro Ciénegas	Viesca

En pro de impulsar el desarrollo de nuevos productos turísticos, particularmente bajo los segmentos de naturaleza, cultural, salud, religioso y deportivo, además de fomentar la articulación de los diversos agentes del sector turismo para ofrecer productos integrados, la Secretaría de Turismo del Estado de Coahuila, tiene planeado desarrollar otras rutas y circuitos regionales que impactan tanto a Torreón como a su zona de influencia.

ESQUEMAS PARA FOMENTAR LA INVERSION PUBLICA Y PRIVADA

ESQUEMAS PARA FORMENTAR LA INVERSIÓN PÚBLICA Y PRIVADA.

Reconociendo la necesidad de desarrollar un turismo que satisfaga todas las expectativas económicas y ambientales, así como la estructura física dentro de un destino turístico, se deben tomar en cuenta todas aquellas actividades que participen activamente en la Estrategia del Desarrollo Sustentable de la Región.

La Agenda de Competitividad de los Destinos Turísticos de México y en este caso Torreón, permite diagnosticar efectivamente la situación turística de la entidad, además de facilitar la coordinación entre los tres niveles de gobierno en materia de promoción y desarrollo turístico, e incentiva el desarrollo local sustentable del propio destino, así como su competitividad, tomando éstos últimos en cuenta como factores clave para alcanzar un óptimo desarrollo en materia de turismo en la entidad.

El turismo es una actividad cambiante por lo que es importante establecer procesos que permitan una constante innovación y profesionalismo del servicio turístico, con esquemas para fomentar la inversión pública y privada. Considerando la planeación participativa bajo la coordinación de la Secretaría de Turismo en conjunto con los gobiernos estatales y municipales se deben realizar a corto, mediano y largo plazo convenios, planes de desarrollo y propuestas cuyo fin sea el detonar la oferta turística y la inversión.

1. PROGRAMA ESTATAL DE TURISMO DE COAHUILA.

El Programa Estatal de Turismo del Estado de Coahuila 2011-2017 es el instrumento mediante el cual el Gobierno estatal busca impulsar la economía a través del desarrollo, promoción y explotación sustentable de su patrimonio turístico histórico, cultural y de naturaleza a fin de alcanzar niveles de competitividad nacional e internacional.

El Programa Estatal de Turismo del Estado de Coahuila, en su Objetivo 4.2: 'Atracción de Inversión' menciona para tal fin la búsqueda de 'Gestionar los recursos necesarios para el desarrollo de proyectos y programas, así como apoyar acciones de atracción de inversión al sector.' Y para tal motivo, define las siguientes líneas de acción:

Líneas de Acción:

4.2.1 Crear esquemas y mecanismos de financiamiento para fortalecer el sector turístico y sus empresas.

4.2.2 Promover la inversión pública y privada en proyectos detonadores y estratégicos en los destinos y regiones.

4.2.3 Definir y promover políticas y programas de incentivos para la inversión turística.

4.2.4 Consolidar y promover una cartera de proyectos de inversión y negocios turísticos.

Se hace referencia dentro del citado documento, al artículo 19 de la Ley Estatal de Turismo del Estado de Coahuila, en donde se dicta que 'la Secretaría de Turismo, apoyará y gestionará ante las autoridades competentes, los sistemas de financiamiento e inversiones para la creación de la infraestructura necesaria en las zonas prioritarias de desarrollo turístico'.

2. PROGRAMA ESTATAL DE DESARROLLO ECONÓMICO DE COAHUILA.

El Programa de Desarrollo Económico de Coahuila menciona dentro de sus Objetivos Estratégicos, en su Objetivo 1: 'Fomento de la inversión para un crecimiento sostenido', la necesidad de 'consolidar y ampliar las principales ventajas competitivas y comparativas de la entidad a nivel nacional e internacional, a efecto de lograr que la tasa de inversión privada genere un ritmo de crecimiento económico sostenido y suficiente para elevar los ingresos de la población y crear las fuentes de empleo que demanda la dinámica de la fuerza de trabajo', estableciendo para esto las siguientes líneas de acción:

Líneas de Acción:

1.1 Incrementar el nivel de competitividad del estado, para que se consolide como uno de los mejores destinos del país para la inversión nacional y extranjera, que permita fortalecer la planta productiva y el empleo existentes.

1.2 Convocar a los agentes económicos y sociales a trabajar conjuntamente con el Gobierno del Estado en la implementación de una agenda de competitividad que permita la consolidación de los sectores más dinámicos de nuestra economía.

1.3 Fortalecer los clusters industriales y de servicios ya establecidos y promover la creación de nuevos asociados a las tecnologías de la información y las telecomunicaciones, así como tecnologías de energías renovables.

1.4 Promoción de reservas territoriales para la instalación de modernos parques y zonas industriales en las diversas regiones del estado que faciliten el desarrollo de nuevos clusters industriales con ventajas competitivas de acuerdo a las características económicas y fuerza laboral de cada una de las regiones del estado.

1.5 Diversificar la promoción de Coahuila de Zaragoza en el extranjero, enfatizando las fortalezas del estado a través de medios de difusión como revistas, publicaciones y una página de internet especializada para proyectar el panorama general del ambiente económico-social y sus ventajas comparativas que ofrece Coahuila de Zaragoza como punto estratégico para la inversión extranjera y el hospedaje industrial.

1.6 Impulsar el crecimiento y consolidación del comercio y los servicios mediante programas de modernización, profesionalización y orientación.

1.7 Promover incentivos para las empresas que utilicen, desarrollen tecnología o generen energías renovables Solar, Eólica, Biomasa, etc.

1.8 Promover la expedición de una Ley de Mejora Regulatoria, a fin de generar confianza y brindar certidumbre jurídica a los inversionistas en la instalación y operación de sus empresas.

1.9 Establecer nuevos esquemas jurídico-financieros para apoyar la inversión en infraestructura, con la participación de los diferentes agentes económicos.

1.10 Fortalecer la participación de consejos consultivos regionales para la concertación de acciones que fomenten el desarrollo económico, como un mecanismo de participación democrática de instituciones y ciudadanía.

1.11 Reforzar los convenios y acciones de coordinación en materia de desarrollo económico, instrumentados por el estado con la federación, otros estados y municipios.

1.12 Homologar los plazos y requisitos en los trámites para la obtención de permisos y licencias que faciliten la instalación de empresas que permitan la atracción de inversiones y la generación de empleos.

1.13 Elaborar un programa para el Desarrollo de la Industria Metalmecánica en la Región de La Laguna y fortalecer la industria en la Región Centro.

1.14 Elaborar un Programa para el desarrollo de la Industria Vitivinícola en Parras.

1.15 Elaborar un estudio de factibilidad sobre la instalación de un puerto interior en la región de la Laguna.

1.16 Promover la creación de Kioscos Digitales que permitan a los usuarios tener acceso a la información de programas del gobierno a los cuales pueden aplicar y que benefician a las zonas más apartadas del estado.

Dentro del mismo documento, en el apartado de Objetivos Interinstitucionales, en su Objetivo 10: 'Aprovechamiento del potencial turístico', habla sobre 'Desarrollar el potencial turístico de Coahuila de Zaragoza para posicionarlo como uno de los destinos más importantes del norte del país', definiendo para ello las siguientes líneas de acción:

Líneas de Acción:

10.1 Impulsar la consolidación los centros turísticos en desarrollo sobre la base de su riqueza cultural, gastronómica, histórica, natural, cinegética y paleontológica, así como por su infraestructura para las actividades de negocios, convenciones, deportes, recreación, descanso y esparcimiento, e iniciar aquellos que presenten potencial.

10.2 Apoyar la mejora de la competitividad y diversificación de la oferta turística fortaleciendo un desarrollo sustentable y el máximo aprovechamiento del potencial que se tiene, con estrecha participación de los gobiernos federal y municipal, así como del sector privado.

10.3 Fomentar la construcción y el equipamiento de espacios para la realización de reuniones, eventos, congresos y convenciones, aprovechando la importante actividad industrial, comercial y de servicios de las principales ciudades del estado.

10.4 Facilitar la integración del turismo de negocios con otras modalidades turísticas.

10.5 Promover la capacitación y profesionalización de los prestadores de servicios, con énfasis en las personas de primer contacto, así como la calidad y certificación de las empresas prestadoras de servicios turísticos.

10.6 Contribuir en la integración de un subsistema de estadísticas continuas de indicadores de turismo para apoyar la toma de decisiones en este sector.

10.7 Apoyar la elaborar programas regionales para el desarrollo de destinos turísticos considerando su aplicación estratégica en el corto, mediano y largo plazos.

10.8 Impulsar el diseño y promoción de nuevas rutas turísticas a partir de las riquezas naturales, sitios históricos y paleontológicos para aprovechar el potencial del estado y sus regiones.

10.9 Apoyar y fortalecer la realización de campañas de promoción turística innovadoras y diferenciadas que respondan a la alta competencia nacional e internacional e impacten en forma eficaz a los mercados meta.

3. PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE TORREÓN

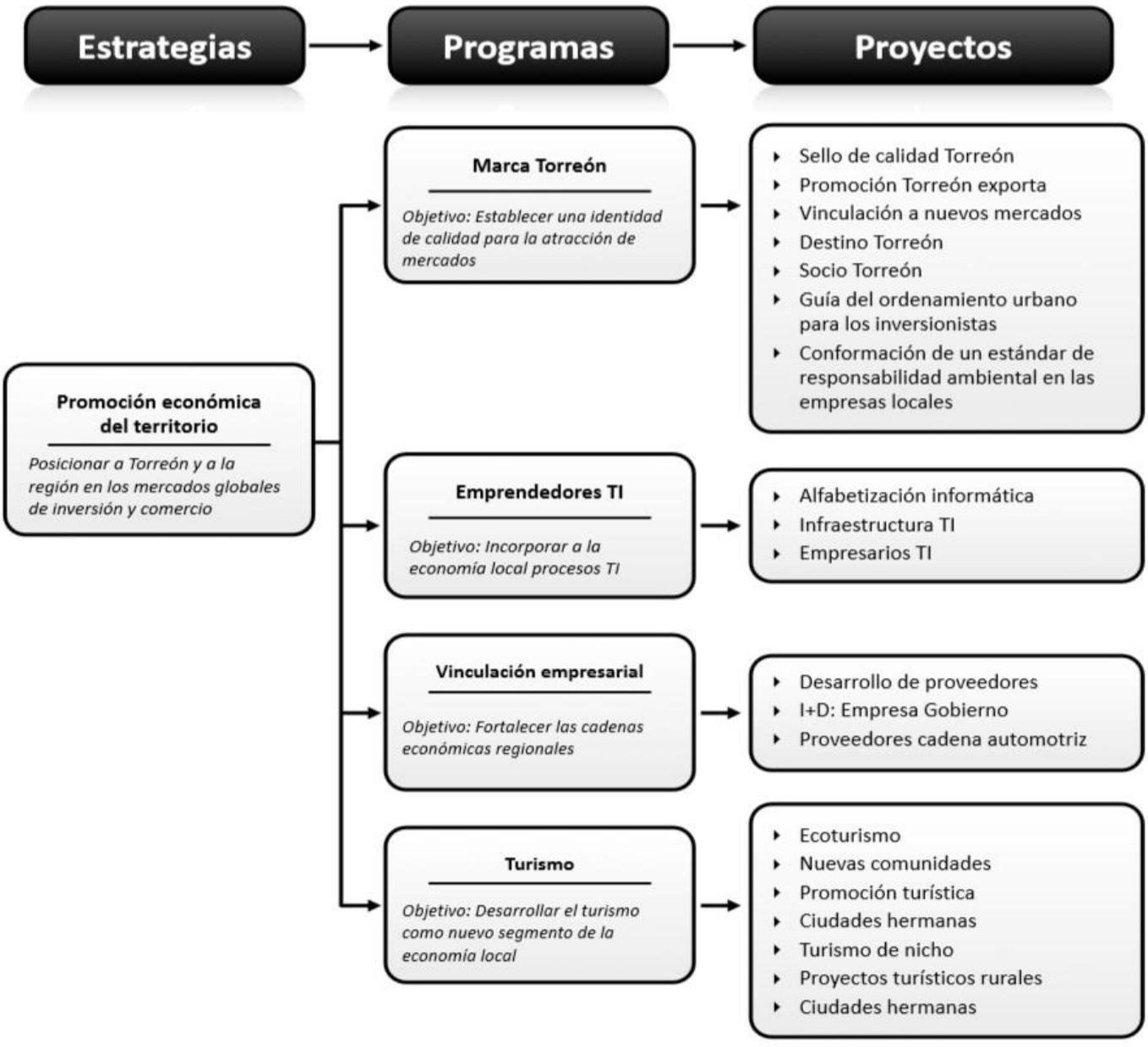
Torreón contribuye con el 1.01% del PIB nacional (INEGI). El objetivo del Plan de Desarrollo Municipal es de posicionar a Torreón como una ciudad competitiva y atractiva para invertir, hacer negocios y viajar.

En el Plan de Desarrollo Municipal de Torreón, se menciona que es necesaria la 'promoción económica del territorio como espacio atractivo para nuevos inversionistas, generar la infraestructura necesaria para la innovación y fortalecer las capacidades dinámicas para competir con ventaja por nuevas inversiones'.

Así pues dentro del mismo documento, se establece el compromiso de 'posicionar a Torreón como una ciudad competitiva y atractiva para invertir, hacer negocios y viajar', propone implementar diversos proyectos a través de los cuales se creará 'la marca 'Torreón como herramienta diferenciadora en la promoción económica del territorio' y se comprometen a 'crear las condiciones propicias para hacer de Torreón un territorio atractivo como destino de inversiones'.

Además en el documento se lista el compromiso de 'incrementar la capacidad de hospedaje industrial' de Torreón.

Para lo anterior, se establecen las siguientes estrategias, programas y proyectos en el citado documento:



Es por estos motivos, que se han realizado convenios con la iniciativa privada con grupos empresariales para fomentar inversiones que detonen el desarrollo turístico, así se puede ver con empresas como Lala con su 'Maratón LALA', Peñoles con el 'Museo de Metales Peñoles'

y Grupo Modelo con sus inversiones millonarias en el estadio 'TSM' y el Club Santos. De éstas inversiones, obtienen beneficios ambas partes, el municipio por su parte se ve beneficiado por la derrama económica que representan los visitantes a éstas atracciones turísticas, mientras que las empresas al realizar inversiones en actividades que representan beneficios sociales, culturales y económicos para la ciudad, obtienen mayor reconocimiento y aceptación social, además de poder ostentar de reconocimientos como el de ser 'empresas socialmente responsables'.

También se ha llevado a cabo la firma de convenios con empresas del ramo hotelero con el fin de atraer en mayor medida el turismo nacional y extranjero a las reservas naturales y los deportes extremos que se realizan, con promociones, descuentos y ofertas que incentivan al turista y que incrementan la rentabilidad del sector.

El marco referencial de desarrollo económico y de posibilidades de inversión en Torreón presenta un panorama de enormes áreas de oportunidad como podemos ver según lo estipulado en su Plan de Desarrollo Municipal:

'El principal indicador turístico, que es la ocupación hotelera, presenta también deterioro durante 2009: de 59.8 de ocupación promedio en 2008, pasó a 51.62 en 2009 de acuerdo a la Oficina de convenciones y visitantes Laguna.

Respecto a la inversión extranjera directa en Torreón, desde 2005 y hasta el cierre de 2009 no se registró alguna inversión económicamente relevante procedente de otro país, la caída del 50.8% en la IED en México durante 2009, y la estructura actual en los flujos globales de capital hacen incierto el modelo de atracción de inversiones cuantiosas para una economía local que no cuente con una marca-ciudad trabajada, distintiva, y relevante ante la comunidad inversionista internacional, como es el caso de Torreón.

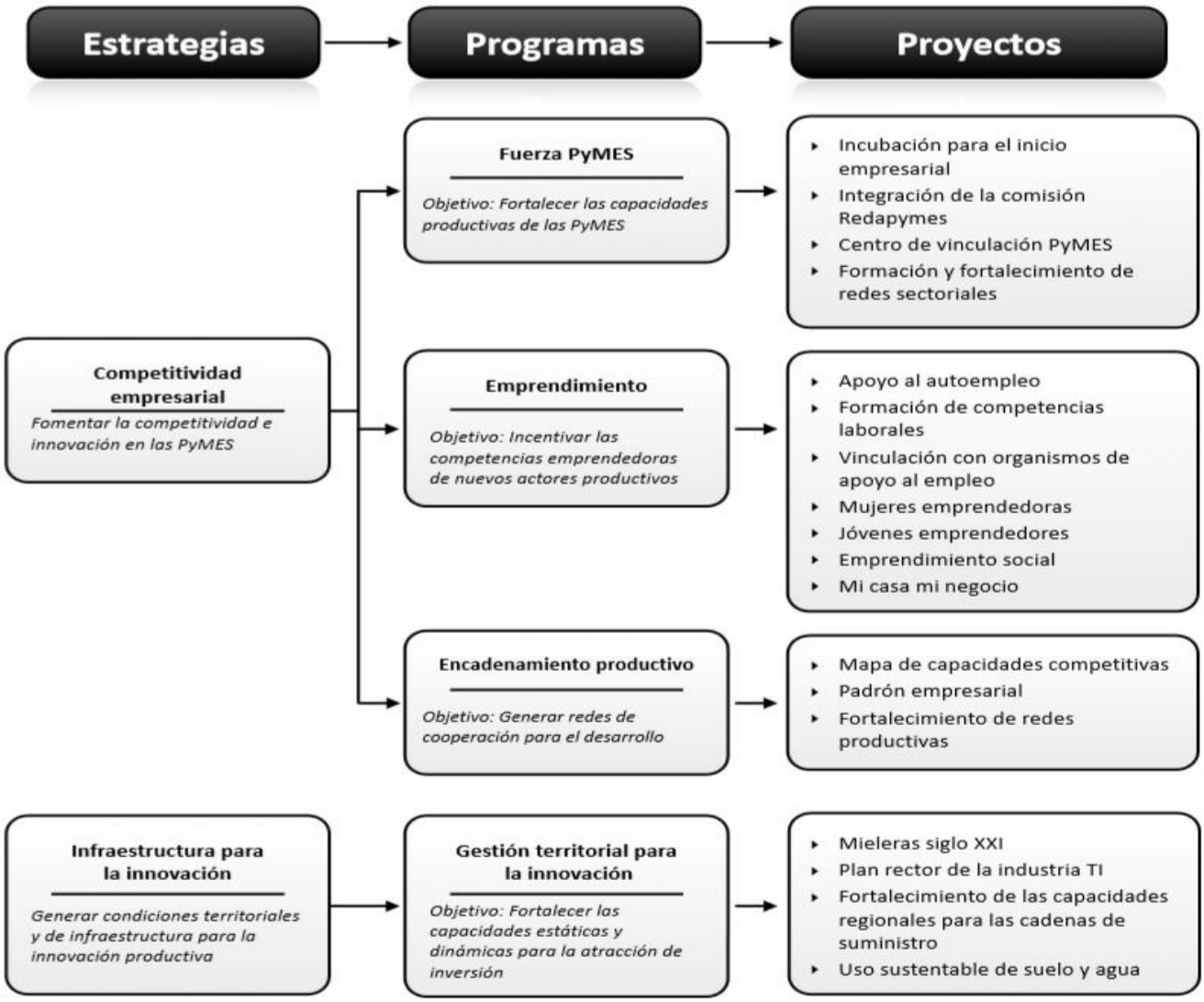
Según el reporte Identificación de Oportunidades Estratégicas para el Desarrollo de la Región Lagunera (FEMSA- ITESM, 2009) existen sectores con escasa articulación dentro de cadenas productivas locales, así como la relativa a la información respecto a oportunidades de negocio, mapas de inteligencia competitiva, apoyo a emprendimientos y redes de Pymes'.

El IMCO (Instituto Mexicano para la Competitividad) mide 10 factores, los cuales muestran la diversidad de fenómenos que inciden en la retención de inversiones. Sistema de derecho confiable y objetivo donde Torreón se ubica en el lugar 73 entre entidades Municipales. En manejo sustentable del medio ambiente se calificó en el puesto 35. En sociedad incluyente en el número 37. La economía estable fue calificada 31. En cuanto al sistema político estable y funcional obtuvo su mejor lugar en el 11. El mercado laboral se ubica 20. En infraestructura ocupa el puesto 32. En Gobiernos eficientes y eficaces se evalúa 63. El aprovechamiento de

las relaciones internacionales se calificó como 54, y en sectores de innovación y sofisticación 29. Todos ellos constituyen retos de los diversos ejes de gobierno (PDE Torreón, 2013).

Sin embargo, en su programa 'Promoción y Fomento para Atracción de Inversiones' (PDE Torreón), hace manifiesta su voluntad de ofrecer incentivos fiscales y de otros tipos con la finalidad de atraer mayores inversiones al sector, detallando dentro de su meta el 'otorgar incentivos fiscales para concretizar inversiones en sectores estratégicos.

Es necesario para dar impulso al desarrollo económico de Torreón, y en particular, al sector turismo, lograr una adecuada coordinación de los tres niveles de gobierno con el sector privado, que claramente delimite las áreas de oportunidad de explotación turística de la entidad, las políticas bajo las que se normarán las inversiones en el sector mencionado, y el impacto que generarán tales inversiones en materia política, social y económica para la entidad. Por esto, en el Plan de Desarrollo del Municipio de Torreón podemos encontrar en su apartado de competitividad que se planea la implementación de diversas estrategias de desarrollo económico-social adicionales a las específicas del área de turismo, citadas entre otras (Ver imagen anterior):



De esta manera podemos observar claramente las disposiciones estatales y municipales relativas al desarrollo económico, particularmente los vinculados con los sectores de promoción y desarrollo del turismo, haciendo más sencilla la coordinación entre los dos niveles de gobierno, y facilitando también la inclusión del Gobierno Federal en la planeación del desarrollo turístico de la región en coordinación con los primeros dos niveles gubernamentales; además de proveer un marco referencial para los inversores, acerca de las políticas gubernamentales que serán aplicadas para el crecimiento del sector económico y turístico en la región, de manera que puedan fácilmente hacer una planeación predictiva de sus inversiones en materia de promoción y desarrollo del turismo en Torreón y del impacto que tal derrama representará para el Municipio en cuestión.

MARCO REGULATORIO

PROPUESTAS DE MEJORA REGULATORIA DENTRO DEL MARCO ESTATAL Y MUNICIPAL

Dentro de la Agenda de Competitividad Turística de Torreón se requiere como parte de la misma, se presenten propuestas para reformar, modificar, derogar, etc. la Legislación y Normatividad que en materia turística se considere sea en pro al desarrollo continuo de este sector.

En estas propuestas se contemplan reformas en el ámbito de las Leyes Estatales como:

- **Ley Orgánica de la Administración Pública** en sus vertientes de "Facultades a la Secretaría de Turismo" delegando a está mayor fuerza coercitiva de supervisión y vigilancia sobre el Sector Turístico.

- **Ley de Turismo del Estado de Coahuila** en el tema de Datos y Estadísticas Turísticas por parte de los prestadores de servicios turísticos imponiendo esta actividad como una Obligación que de no ser cumplida podrá acreditar alguna sanción administrativa, y abordando el aspecto de Seguridad Social al contemplar el Código de Conducta Nacional para la Protección de los Niños en el Sector de los Viajes y el turismo como una normatividad supletoria en el caso de así se necesitare.

Así mismo, abarcando la normatividad municipal, se propone una mínima pero muy significativa reforma al:

- **Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza** en lo que a las "Facultades del Director de Desarrollo Económico Municipal" se limitan, toda vez que se considera falta mayor especificación y objetividad de las facultades que en materia de turismo goza.

TABLA 1 MARCO REGULATORIO

Destino: TORREON **Entidad Federativa: COAHUILA.**

Instrumento Jurídico	Fecha de			Tipo de Recomendación				Propuesta de Artículos Específicos	Línea Temática que aborda	Mecanismo de Elaboración	
	Publicación	Ultima Reforma	Proyecto de Iniciativa	Derogación	Abrogación	Reforma	Transitorios			Soc. Civil (IP)	Instancia del Poder Público
Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila de Zaragoza.	30 de Noviembre de 2011	19 de Abril de 2013			X			36 frac. XII	Verificación del sector turístico, sus empresas y servicios, prestadores de los mismos, etc.		X
Ley de Turismo para el Estado de Coahuila de Zaragoza.	10 de Febrero de 2009	05 de Junio de 2012				X		32 y 32bis	Datos estadísticos de ocupación y derrama hotelera rendidos forzosamente por Prestadores de Srvicios Turísticos		X
Ley de Turismo para el Estado de Coahuila de Zaragoza.	10 de Febrero de 2009	05 de Junio de 2012				X		3°	Contemplar Código Nacional de Conducta para la Protección de los Niños en el Sector de Viajes y Turismo.	X	
Ley de Hacienda para el Estado de Coahuila de Zaragoza.	25 de Noviembre de 2011	21 de Diciembre de 2012			X			63 Y 64	Pago del ISH por los suj. obligados. Creación de Comité Regional sobre ISH		X
Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza,	01 de Enero de 2014	–				X		29	Facultades y obligaciones en materia turística de la Dirección de Desarrollo Económico mpal.		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.	**En lo que respecta a las funciones de la Secretaría se da celeridad al trámite ante el Registro Nacional de Turismo, y se funge como enlace con SECTUR FEDERAL al recibir las solicitudes correspondientes. Así facilitar el registro a las Empresas.**
2.	**Se acercó con instancias competentes en la materia de inversión y fomento económico en el sector turístico, las cuales no pudieron brindar la información oportuna y necesaria en relación a los trámites a realizar para la creación de una empresa en el sector turístico, o desarrollo de una misma ya existente.**
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:

- La condonación de pago de impuestos a empresas del giro turístico de nueva creación durante determinado tiempo.

- Descuentos a grupos de visitantes, convenciones, ferias, etc. que estimulen el gasto continúo en el mercado local.

- Inversión para implementación en el sector educativo y difusión social de la Cultura Turística en los 3 órdenes de gobierno.

RECOMENDACIONES PARA LA PLANEACIÓN, MOVILIDAD y ORDENAMIENTO TERRITORIAL.

RECOMENDACIONES PARA LA PLANEACIÓN, MOVILIDAD y ORDENAMIENTO TERRITORIAL.

El Programa de Desarrollo Urbano y Ordenamiento Territorial de Torreón, Coah., tiene como objetivo general establecer las disposiciones y lineamientos para avanzar e n la distribución equilibrada de la población y de las actividades económicas.

Como instrumento rector en materia de ordenamiento territorial determina las estrategias para orientar el desarrollo urbano del Municipio.

Este regular los asentamientos en relación con el medio físico natural, los aspectos sociales, económicos, de infraestructura, vivienda, equipa miento y culturales.

También se analizan los procesos de vinculación en cuanto a la conectividad de la población con las actividades económicas, hace una evaluación de impactos desde el punto de vista de la conservación de los recursos naturales y la dinámica demográfica. Su aplicación permite al Municipio el análisis continuo de la aptitud del territorio y un análisis integral para identificar las unidades territoriales prioritarias en los temas de pobreza, equipamiento e infraestructura, turismo, vivienda, conectividad y medio ambiente.

Dentro del estudio realizado en referencia a la planeación, movilidad y ordenamiento territorial de acuerdo a al diagnóstico y para alcanzar las estrategias líneas de acción de la Agenda de Competitividad de Torreón, se plantean las siguientes recomendaciones:

- Desarrollar e implementar un modelo de movilidad de personas y mercaderías racional, eficiente y seguro para Torreón.

- Optimizar y democratizar los modos de transporte, la accesibilidad y la conectividad de las estructuras y sistemas territoriales contribuyendo al desarrollo urbano y social.

- Potenciar la infraestructura vial de la ciudad y adecuarla a las necesidades de desplazamientos y flujos circulatorios para optimizar las inversiones y minimizar el mantenimiento.

- Minimizar las externalidades ambientales negativas de la movilidad.

- Promover la seguridad vial.

- Contribuir al ordenamiento urbano y territorial, identificando las interrelaciones existentes entre la movilidad y los usos del suelo.

- Maximizar la calidad y eficiencia del Sistema de Transporte Metropolitano de pasajeros.

- Disminuir los costos de operación de los vehículos del sistema y alcanzar costos de transporte accesibles a la mayoría de la población.

- Contemplar las alternativas de integración intermodal con las infraestructuras y equipamientos necesarios.

- Instrumentar un sistema eficiente de información al usuario.

- Jerarquizar y caracterizar la estructura de soporte vial del Sistema de Movilidad.

- Aumentar las condiciones de seguridad para peatones y usuarios de los medios de transporte.

- Ordenar, regular y controlar el transporte de cargas en Torreón y en el territorio metropolitano, mitigando los perjuicios que ocasiona.

- Disminuir la contaminación derivada de los combustibles empleados.

- Ordenar y regular el estacionamiento de vehículos.

- Mejorar el sistema carretero para facilitar la comunicación e intercambio con las áreas no urbanas y mejorar el desarrollo de actividades económicas.

- Existen zonas con potencial turístico por sus recursos paisajísticos y de biodiversidad de flora y fauna que se pueden desarrollar turismo ecológico, además de sitios de carácter histórico que bajo un esquema organizado de promoción del patrimonio histórico, cultural e industrial y su aprovechamiento puede ser fuente para la generación de empleos y diversificación de la economía.

  Para que esto ocurra se debe realizar un inventario y catálogos del patrimonio tangible e intangible.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE COAHUILA

LIC. BLAS JOSÉ FLORES DÁVILA
Rector de la Universidad Autónoma de Coahuila

Mtro. Jesús Rabindranath Galván Gil
Director General del Proyecto

Colaboradores
Ing. Eduardo Francisco Garza Martínez
Mtro. Carlos Maroto Cabrera
Arq. María Ilse Leticia Ávila García
Mtro. Daniel Camargo Quiñones
Lic. Idalia Castillo González
Lic. Herlinda de la Cruz Valdez
Dra. Blanca Chong López
Lic. Gustavo Espinosa Mireles
Mtro. Jesús Rabindranath Galván Gil
Lic. Melissa Naomi García Owen
Lic. Juan Gómez Rivera
Dra. Hilda Georgina Hernández Alvarado
Lic. Juan Carlos Hernández Cruz
Lic. Ricardo Jurado Rangel
Ing. Carlos Josué Lavandeira Portillo
Lic. José Luis López
Lic. Miguel López Pérez
Lic. Hilario Gabriel Manrique Chávez
Mtro. Carlos Maroto Cabrera
Lic. Carlos Maroto Espinosa
Lic. Flor Idalia Márquez Morales
Lic. Paulina Martínez Conde
Mtro. José Alfredo Morales Pérez
Arq. Mario Múgica Encerrado
Lic. Monica Muñoz Zuñiga
Dr. José Luz Ornelas López
Lic. Rita Alicia Ramírez Sánchez
Lic. Pascual Reyes Hernández
Mtro. Gerardo Rivera Navarro
Ing. Diana Guadalupe Sánchez Moncada
Lic. Olivia Segura Revuelta
Mtra. Cecilia Urquiza Olivares

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

gemes
Grupo Empresarial Estrategia