

AGENDAS DE COMPETITIVIDAD

DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO



CUERNAVACA

MORELOS

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO




MORELOS
PODER EJECUTIVO

 **FONATUR**
MÉXICO UN GRAN DESTINO

México
Consejo de Promoción Turística


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS



SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Estudio de Competitividad Turística del Destino Cuernavaca, Morelos

Universidad Autónoma del Estado
de Morelos

Cuernavaca, Morelos. Diciembre de 2013

DIRECTORIO

SECRETARÍA DE TURISMO FEDERAL

MTRA. CLAUDIA RUIZ MASSIEU

Secretaria de Turismo

C. P. Carlos Manuel Joaquín González

Subsecretario de Innovación y Desarrollo Turístico

Lic. José Salvador Sánchez Estrada

Subsecretario de Planeación

Lic. Francisco Maass Peña

Subsecretario de Calidad y Regulación

Mtro. Octavio Mena Alarcón

Oficial Mayor

FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO

LIC. HÉCTOR MARTÍN GÓMEZ BARRAZA

Director General

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO

LIC. RODOLFO LÓPEZ NEGRETE COPPEL

Director General



DIRECTORIO

GOBIERNO DEL ESTADO DE MORELOS

C. GRACO LUIS RAMÍREZ GARRIDO ABREU

Gobernador Constitucional del Estado de Morelos

Lic. Jaime Álvarez Cisneros

Secretario de Turismo del Estado de Morelos

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

DR. JESÚS ALEJANDRO VERA JIMÉNEZ

Rector de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos

Arq. Gerardo Gama Hernández

Director General del Proyecto



SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

PRESENTACIÓN

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

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

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

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

Las Agendas de Competitividad, nos permitirán:

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

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

CLAUDIA RUIZ MASSIEU

Secretaria de Turismo

México, D.F., febrero de 2014



SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

INTRODUCCIÓN

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

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

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

LAS AGENDAS DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

- El Presidente de la República anunció en Nayarit el 13 de febrero de 2013, las directrices de la nueva Política Nacional Turística.
- Como parte de las acciones definidas en el PND, se encuentra la construcción de las “Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos (ACDT)” del país, con el propósito de diagnosticar su situación y de emprender un programa de acciones, en coordinación estrecha entre la Federación y los gobiernos locales, con la participación de los demás actores del propio destino.
- Para el desarrollo de los trabajos se ha elaborado una metodología uniforme para construir las ACDT. Un elemento estratégico ha sido el liderazgo de SECTUR y el involucramiento de los Gobiernos Estatales y autoridades locales, así como de la participación de 33 Instituciones de Educación Superior, y de más de 600 académicos e investigadores, para asegurar la calidad de las investigaciones.
- Los destinos seleccionados incorporan los principales receptores de turistas internacionales y nacionales, los CIP’s de FONATUR y las Ciudades Patrimonio. Esta selección agrupa a los siguientes destinos:

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

DESTINOS TURÍSTICOS

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

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

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

La elaboración de 44 Agendas de Competitividad, permitió confirmar la hipótesis planteada al inicio de los trabajos, que identificaba el problema de los principales destinos turísticos del país, como oferentes de productos turísticos que enfrentan severas 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 apegó a una evaluación alineada con los objetivos y alcances del proyecto.

¿QUÉ HALLAZGOS OFRECEN LAS AGENDAS?

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

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

En suma podemos decir que el ejercicio de las Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos, ofrece múltiples respuestas a quienes se 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.

ESTRUCTURA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	5
PRÓLOGO	6
RESUMEN EJECUTIVO	7
OBJETIVO DEL ESTUDIO	55
Objetivo General	55
Objetivos específicos	55
I. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL DESTINO DE CUERNAVACA.	56
Antecedentes	56
El turismo en el mundo	56
El turismo en México	59
Importancia del turismo en la economía nacional	59
Turismo receptivo	64
Ingresos por visitantes internacionales	65
Turismo egresivo	68
Turismo nacional	68
La competencia de Morelos en la Región Centro País	69
Demanda Turística de la Región Centro País	69
Perfil del Visitante de la Región Centro País	70
Oferta Turística de la Región Centro País	72
El turismo en el Estado de Morelos	76
Importancia del turismo en la economía estatal	76
El turismo en Morelos: Situación Actual	77
Oferta Turística del Estado de Morelos	80
Demanda y Llegada de turistas al Estado de Morelos	84
Perfil del Visitante del Estado de Morelos	86
Oferta Complementaria del Estado de Morelos	88
Infraestructura y Servicios	89
Red Carretera y Servicios de Transporte	90
Aeropuerto	91
1. Perfil Socioeconómico del Municipio de Cuernavaca.	93
Localización	93

Población	94
Recursos Naturales.....	96
Recursos próximos.....	97
Infraestructura	98
Carreteras.....	98
Actividades Económicas	99
II. Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos.	102
Oferta disponible para el Turismo Cultural.	102
Oferta disponible para el Turismo de Salud.....	106
Oferta disponible en Turismo Educativo.	107
Oferta disponible en Turismo de Naturaleza.....	108
Oferta disponible en Retirados (Adultos Mayores).	109
Oferta disponible en Turismo Inmobiliario.....	110
Oferta disponible para el Turismo de Negocios y Reuniones.....	111
Oferta disponible para el turismo de Bodas.....	112
Identificación de la problemática de los recursos turísticos.	113
III. Evaluación cuantitativa y cualitativa de la oferta de hospedaje de Cuernavaca.	115
Oferta Turística de Cuernavaca Destino Turístico.....	116
Identificación de la problemática de hospedaje en Cuernavaca.....	121
IV. Especificación de la oferta complementaria en Cuernavaca.	123
Oferta gastronómica	123
Agencias de viajes receptoras	124
Oferta turística susceptible de interés turístico (shopping)	124
Artesanías	124
Espectáculos nocturnos.....	125
Arte, cultura y esparcimiento.....	125
Deportes	128
Tren turístico.....	129
Identificación de la problemática de la Oferta Complementaria de Cuernavaca	129
V. El factor humano.	131
Identificación de las necesidades de recursos humanos y de capacitación para los diversos subsectores vinculados al turismo	137
VI. Marco Institucional, Normativo y Asociativo.....	139
VII. Accesibilidad y Movilidad.....	141
Acceso terrestre	141
Acceso aéreo	141

Movilidad dentro del destino.....	142
Identificación de problemas de la accesibilidad y movilidad	142
VIII. Infraestructura Básica	144
Sistemas de transporte.....	144
Urbanismo	144
Servicio de policía turística.....	146
Servicio de recolección y eliminación de residuos sólidos	146
Agua y alcantarillado	146
IX. Protección del territorio y del paisaje natural y urbano.	148
Identificación de áreas sensibles de proyección ambiental y paisajística.	151
X. Mercados actuales y potenciales.	154
Volumen	154
Demanda y llegada de turistas a Cuernavaca destino turístico.....	154
Características sociodemográficas.....	156
Identificación de problemáticas de los mercados actuales y potenciales.	157
XI. Promoción y comunicación.	159
Acciones de promoción.....	159
• Acciones de comunicación	160
Identificación de la problemática de la promoción.....	161
XII. Comercialización.....	164
Comercialización directa e indirecta	164
Identificación de la problemática de la comercialización.	165
XIII. Identificación y análisis de las TIC's disponibles y utilizadas en el destino.....	167
Marco de referencia.	167
Análisis del uso de las TIC's para promocionar el destino de Cuernavaca.	174
Identificación de problemas de las TIC's.....	176
CAPITULO II. FODA GENERAL	178
CAPITULO III. Los nueve factores de Competitividad.....	181
1. FODA de Oferta Turística	181
2. FODA de Democratización de la productividad turística	183
3. FODA de Sustentabilidad Turística.	184
4. FODA de Formación y certificación	188
5. FODA de Accesibilidad e Infraestructura	190
6. FODA de Seguridad Patrimonial y Física	191
7. FODA de Promoción y Comercialización	193
8. FODA de Gestión del Destino	195

9. FODA de TIC's e Información Turística	196
--	-----

INTRODUCCIÓN

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

La Agenda de Competitividad es un instrumento analítico con alto perfil de contenido, que diagnosticará la situación por la que atraviesan los destinos turísticos del país. Como herramienta de planeación participativa, coordinará la actuación de los tres órdenes de gobierno, en favor de mejorar el desempeño del sector turístico. Será una base sólida para promover un desarrollo turístico local sustentable del destino Cuernavaca y permitirá conocer el comportamiento de la competitividad de las localidades.

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

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

Impactos proyectados

Con base en los hallazgos, se podrá diseñar la Agenda de Competitividad Turística que se conforma por un Diagnóstico y un Plan de Acción (Agenda de Competitividad del turístico de Cuernavaca), que a continuación se presenta.

PRÓLOGO

El turismo, en los últimos años, se ha convertido en uno de los principales motores para el desarrollo económico y que ha logrado un fuerte impulso en generar fuentes de empleo, además, de crear enormes flujos de inversión. Generalmente estos flujos de inversión se dan en infraestructura, lo que ayuda a mejorar las condiciones de vida de la población en las ciudades y comunidades del país. El turismo debe considerarse como una actividad que brinda la oportunidad de ayudar a equiparar las condiciones y oportunidades económicas.

El turismo debe ser prioritario para detonar el crecimiento económico y así generar empleos formales bien remunerados. El turismo representa la tercera fuente de divisas, después del petróleo y las remesas.

Así mismo, el turismo favorece la participación de nuestro país en la economía global, debido a que es un sector que ofrece oportunidades para enfrentar los desafíos de las regiones que presentan la mayor influencia de pobreza y los menores índices de desarrollo humano. Por ello, el turismo debe constituirse en un camino paralelo al desarrollo competitivo y sustentable de la economía del Estado de Morelos y de su principal destino turístico: Cuernavaca.

El turismo es una actividad reconocida como un valioso instrumento de desarrollo por su contribución al crecimiento económico, al desarrollo regional, al fortalecimiento de la identidad, al respeto de los usos y costumbres, a la puesta en valor de su patrimonio material e inmaterial y al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades receptoras, por lo que es prioridad promocionar a Morelos y a Cuernavaca a nivel nacional e internacional, con el fin de mantener y mejorar niveles de servicio que consoliden a Morelos y a Cuernavaca, como destinos turísticos competitivos. El objetivo que se plantean las autoridades de Morelos debe ir de la mano con las estrategias que plantean los empresarios del sector por ello el empresario ha sido nuestro principal ente de estudio.

Por último, el desarrollar la **Agenda de Competitividad Turística de Cuernavaca**, permitirá al Gobierno Federal, Estatal y Municipal, tener la gran oportunidad de desarrollar estrategias alineadas a las políticas gubernamentales de turismo, tener un instrumento para la planeación y toma de decisiones, impulsar proyectos enfocados a las características propias del destino y perfil de los visitantes, desarrollar nuevos productos turísticos basados en las fortalezas y oportunidades de la ciudad, así como conocer el estado que guarda el destino turístico en mención; con el objetivo de desarrollar líneas de acción y metas encaminadas al mejoramiento turístico del destino.

RESUMEN EJECUTIVO

ANTECEDENTES

El Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018 expone la ruta que el Gobierno de la República se ha trazado para contribuir de manera más eficaz a que los mexicanos podamos lograr que México alcance su máximo potencial, estableciendo como Metas Nacionales un México en Paz, un México Incluyente, un México con Educación de Calidad, un México Próspero y un México con Responsabilidad Global, así como estrategias transversales para democratizar la productividad, lograr un gobierno cercano y moderno, y tener una perspectiva de género en todos los programas de la Administración.

El pasado 13 de febrero del 2013, el Ejecutivo Federal anunció en Nayarit, las directrices de la nueva Política Nacional Turística, que como parte de las acciones definidas, se encuentra la construcción de las “Agendas de Competitividad por Destinos Turísticos (ACDT)” del país, con el propósito de diagnosticar su situación y de emprender un programa de acciones, en coordinación estrecha entre la Federación y los gobiernos locales, con la participación de los demás actores del propio destino.

El pasado 20 de mayo, el Ejecutivo Federal presentó el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. En el Eje 4. México Próspero, se centran las acciones del ramo turístico y específicamente en el Objetivo 4.11. “Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país”.

En particular, las Agenda de Competitividad de los Destinos Turísticos se alinean a la Estrategia 4.11.2. del Plan Nacional de Desarrollo: “Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico”.

Las Líneas de acción consideradas en el Plan Nacional de Desarrollo son las siguientes:

- a. Fortalecer la investigación y generación del conocimiento turístico.
- b. Fortalecer la infraestructura y la calidad de los servicios y los productos turísticos.
- c. Diversificar e innovar la oferta de productos y consolidar destinos.
- d. 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.
- e. Concretar un Sistema Nacional de Certificación para asegurar la calidad.
- f. **Desarrollar agendas de competitividad por destinos.**
- g. Fomentar la colaboración y coordinación con el sector privado, gobiernos locales y prestadores de servicios.
- h. Imprimir en el Programa Nacional de Infraestructura un claro enfoque turístico.

Para la consecución de lo anterior, el pasado 10 de junio del 2013, se firmó el Convenio de Coordinación para el Otorgamiento de un Subsidio en Materia de Desarrollo Turístico, celebrado entre el Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Turismo y el Gobierno del Estado de Morelos.

El pasado 14 de enero de 2013, se emitieron los Lineamientos para el otorgamiento de los subsidios con cargo al programa U-001 “Apoyos para el Desarrollo de la Oferta Turística”, para el ejercicio fiscal 2013, en lo que se estableció el otorgamiento de apoyos para el desarrollo o ejecución de programas y proyectos en los siguientes rubros:

- a) Infraestructura y Servicios
- b) Mejoramiento de Imagen Urbana
- c) Equipamiento Turístico
- d) Mejora, Rehabilitación o Creación de Sitios de Interés Turístico
- e) Apoyos a sistemas y Materiales de Información Turística
- f) Excelencia y Calidad de Productos Turísticos
- g) Rutas, Circuitos y Corredores Turísticos
- h) Apoyo a las Estrategias y Toma de Decisiones, Estudios, Investigaciones y Proyectos.

El pasado 10 de junio del 2013, se firmó el Convenio de Coordinación para el Otorgamiento de un Subsidio en materia de Desarrollo Turístico, celebrado entre el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Turismo y el Estado Libre y Soberano de Morelos.

Al amparo del Convenio de Coordinación, suscrito entre SECTUR y el Estado de Morelos, se destinarán recursos para la contratación de una Institución local de Educación Superior (ILES), la cual será seleccionada por el Gobierno de la entidad respectiva, bajo criterios definidos por SECTUR, a fin de asegurar una consistencia a nivel nacional.

Para facilitar y agilizar la contratación y cumplir con los alcances y resultados del diagnóstico, la Secretaría de Turismo de Morelos solicitó expresamente a la Universidad Autónoma del Estado de Morelos ser la responsable de desarrollar los trabajos del diagnóstico referido con base en la metodología y directrices definidos por la Secretaría de Turismo Federal.

La Secretaría de Turismo del Estado de Morelos tiene interés ejecutar en el estado, las acciones que permitan la elaboración de la **Agenda de Competitividad Turística del Destino de Cuernavaca (ACTD), Estado de Morelos**, 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 de la localidad destino.

El diagnóstico permitirá regular, ordenar y organizar el desarrollo de los sitios o zonas turísticas más importantes de la Tepoztlán, misma que presentan un amplio potencial

turístico, buscando incrementando la generación de empleo y una mayor derrama económica, mediante el desarrollo de una mejor infraestructura y equipamiento turístico.

Con ello se busca que en el Destino Turístico de Cuernavaca puedan revalorarse y convertirse en un atractivo turístico de primer orden, al mismo tiempo de que el turismo funcione como un medio para resolver los problemas de sustentabilidad, competitividad, conservación, restauración y revitalización de ese patrimonio, apoyado en el incremento tanto de la afluencia de visitantes como los ingresos generados por esta.

PRESENTACIÓN

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

La Agenda de Competitividad es un instrumento analítico con alto perfil de contenido, que diagnosticará la situación por la que atraviesan los destinos turísticos del país. Como herramienta de planeación participativa, coordinará la actuación de los tres órdenes de gobierno, en favor de mejorar el desempeño del sector turístico. Será una base sólida para promover un desarrollo turístico local sustentable del destino Cuernavaca y permitirá conocer el comportamiento de la competitividad de las localidades.

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

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

OBJETIVO GENERAL

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

ALCANCES Y RESULTADOS DE LA AGENDA

I. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL DESTINO DE CUERNAVACA.

Perfil Socioeconómico del Municipio de Cuernavaca.

El municipio de Cuernavaca se localiza en el extremo noroeste del estado de Morelos, situado éste en la región central de la República Mexicana, limitando con cuatro estados: al norte con el Distrito Federal y el Estado de México, al sur con Guerrero, al este y sureste con Puebla y al oeste nuevamente con los estados de México y Guerrero. La ciudad de Cuernavaca, que ostenta la condición de capital del estado, limita con los municipios de Huitzilac, al norte; al sur con Emiliano Zapata y Temixco y al este con Tepoztlán y Jiutepec y al oeste con el Estado de México.

Gracias a su estratégica posición geográfica en el corazón del país y próxima a la Ciudad de México, de la que se encuentra a tan solo 89 km. de distancia y una hora aproximada de trayecto en automóvil, Cuernavaca se ha convertido hasta la fecha en un lugar idóneo para la vista de día o de fin de semana, así como uno de los lugares preferidos de los habitantes de la Ciudad de México para establecer sus segundas residencias.

La ubicación geográfica de Cuernavaca, le convierte en un municipio bien conectado con otros municipios y recursos turísticos del estado de Morelos, y muy accesible para mercados emisores de primer orden como el Distrito Federal y el estado de México. Junto a su accesibilidad, sus condiciones climáticas le han convertido en el sitio predilecto de los habitantes de la Ciudad de México para instalar viviendas de segunda residencia.

El recurso más valioso con el que cuenta el municipio de Cuernavaca es su gente, de acuerdo con datos del Censo de Población y Vivienda 2012 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la población total fue de 365,168 habitantes, de esta cifra, la población menor de 14 años fue de 82,764; la Población Económicamente Activa de 163,342; la Población Económicamente Inactiva de 119,062; la Población Ocupada de 155,941 y la Población Desocupada de 7,401. Los Hogares con Jefe Masculino eran 67,810 y los Hogares con Jefe Femenino 30,290.

El principal recurso natural del municipio es el parque recreativo y complejo ecológico conocido como Parque recreativo Chapultepec, un centro recreativo de unas 60 hectáreas que ha sufrido importantes obras de remodelación y ha sido recientemente reabierto al público.

Otros recursos naturales de interés en Cuernavaca son las barrancas de Amanalco y el salto de San Antón. Sin embargo, es posible afirmar que la ciudad de Cuernavaca no posee grandes recursos naturales aunque sí en sus proximidades y en otros municipios del Estado, que pueden servir de complemento a la visita cultural.

Entre sus los recursos próximos y de mayor atractivo en el Estado de Morelos, bien conectados con la capital, Cuernavaca, y situados en un radio de distancia de una hora en automóvil aproximadamente se mencionan a continuación:

la zona arqueológica y museo de sitio de Xochicalco, declarada Patrimonio Histórico de la Humanidad por la UNESCO; los pueblos mágicos de Tepoztlán y Tlayacapan; el Parque Nacional “El Tepozteco”; la ruta de los conventos del siglo XVI; la ruta Zapata; el Parque Nacional de las Lagunas de Zempoala; las haciendas; los balnearios; el lago de Tequesquitengo; no obstante a lo anterior, los recursos de proximidad no se han integrado adecuadamente a la oferta turística de la ciudad de Cuernavaca, que podría convertirse en un centro distribuidor de turistas hacia el resto del Estado de Morelos.

Cuernavaca cuenta con un importante número de recursos de tipo histórico-monumental, siendo los de tipo natural menos representativos en el municipio. Por lo general, los recursos no se encuentran relacionados en torno a ejes temáticos específicos sino que se conciben de forma individualizada. Gran parte de los recursos se ubican en el Centro Histórico, con lo cual la contemplación y el disfrute de los mismos se ven afectados por la situación de congestión vial y de actividades anteriormente descrita. Cuenta, por otro lado, con recursos de proximidad de gran interés y que podrían ser insertados como complementos a la visita de Cuernavaca o para la creación de rutas temáticas más amplias.

La principal vía de comunicación al destino, la constituye la autopista de cuota México-Acapulco de cuatro carriles, conocida como la autopista del Sol, que cruza el estado de Morelos de Norte a Sur y permite el acceso al Municipio de Cuernavaca en menos de una hora de trayecto desde el Distrito Federal. Esta vía de acceso presenta buenas condiciones de servicio y asfaltado, y a su vez registra una dinámica importante de tráfico vehicular a que es la principal vía de acceso al estado de Guerrero y más concretamente al puerto turístico de Acapulco. En el año 2000 circularon por la misma un total de 7, 390,656 automóviles (Fuente: CAPUFE). En materia de seguridad vial se incumplen con frecuencia los límites de velocidad e esta vía.

Otra vía de acceso alternativa al destino es la carretera libre federal México-Acapulco, de dos carriles, la cual también presenta buenas condiciones de asfaltado en su recorrido. Así también existe la posibilidad de acceder a Cuernavaca por la carretera libre de dos carriles desde la ciudad de Toluca o desde la Ciudad de Puebla, sin la necesidad de pasar por la Ciudad de México, lo cual supone un ahorro en tiempo y tráfico.

La circulación vehicular en la Ciudad de Cuernavaca, se caracteriza por el congestionamiento vial que se genera en distintos puntos de la Ciudad que es especialmente grave en la zona del Centro Histórico. Esto último debido principalmente a la trama urbana de calles estrechas y a la gran cantidad de vehículos que circulan y se estacionan en las mismas, especialmente durante los fines de semana y periodos vacacionales en los que se incrementa sensiblemente la afluencia de visitantes. La señalización vial por su parte es poco homogénea e insuficiente, lo que unido a la falta de cultura vial y respeto de las señales de tránsito de los visitantes contribuye a la sensación de poca fluidez y desorden del tráfico afectando sensiblemente tanto a la imagen como a las posibilidades de disfrute de la ciudad por parte del turista.

La economía del municipio de Cuernavaca en la actualidad se caracteriza por ser eminentemente terciaria destacado el peso predominante del comercio y los servicios de transporte, educativos, gobierno y turismo, así como la importante contribución que hace a la misma la industria manufacturera y la construcción. Cuenta, por otro lado, con un elevado índice de población ocupada, y la tasa de crecimiento de los salarios en los últimos años es superior al resto del Estado.

Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos.

La oferta de productos y servicios turísticos en Morelos se distribuye de manera desigual, sin duda el destino más importante es la ciudad de Cuernavaca, alrededor de ésta se desarrollan las actividades más numerosas. Sin embargo, también existe cierta concentración en la zona de Cuautla, y se reconoce el desarrollo de los destinos de Tepoztlán, la zona de balnearios, y Tepoztlán y Tlayacapan considerados Pueblos Mágicos desde el 2002 y 2011, respetivamente.

Los distintos tipos de productos y servicios turísticos nacen a partir de la demanda de los turistas por distintas experiencias, tales son los casos del turismo cultural, turismo de salud, turismo educativo, de retirados (adultos mayores), turismo inmobiliario, de naturaleza, segmento de bodas y de negocios, entre otros.

El diagnóstico revela que en general, la integración de una oferta de productos y servicios complementarios para ofrecer al turista es precaria, debido a la carencia de oficinas administradoras de destino en algunos segmentos de mercado con potencial de desarrollo. Esto limita la derrama económica que puede generar el turismo para los morelenses, para aprovechar el potencial de un producto turístico se debe invertir en su desarrollo y darle al turista todas las facilidades para llegar a éste.

A pesar de que el turismo representa una actividad económica en ascenso el presupuesto que se le asigna no corresponde con las necesidades de inversión que requiere el sector, si bien es cierto que la mayor parte de la inversión la realizan los privados, también el gobierno local y municipal debe invertir en infraestructura urbana para mantener el atractivo del destino, mantenimiento de monumentos históricos, señalización turística, debe cuidar la calidad del transporte público y el paisaje urbano (que incluye la reglamentación de anuncios espectaculares), entre otros.

Evaluación cuantitativa y cualitativa de la oferta de hospedaje de Cuernavaca.

En el 2012, el número de establecimientos de hospedaje de Cuernavaca registrados en el Compendio Estadístico de Turismo de México ascendió a 121. Cuernavaca concentra el 36.12 por ciento de la oferta total de hoteles a nivel estatal, Cuautla con el 13.13 por ciento, Tepoztlán con 12.54 por ciento y Yauhtepec con 5.7 por ciento.

La oferta hotelera ha tenido una evolución diferente y significativa, durante el período del 2000 al 2012 se observa un crecimiento superior en el número de establecimiento de

hospedaje al resto de los municipios de Morelos, con una tasa de crecimiento media anual del 3.19 por ciento.

En el 2012, Cuernavaca registró 121 hoteles. El 31% de la oferta de hoteles se ubica en las categorías de 5* y 4* estrellas, el 17% es de 3*, 10% a 2*, 12% a 1 estrella y 29% corresponde a hoteles sin categoría turística. Es importante mencionar que la hotelería representativa consiste en pequeños hoteles que varían entre las 4 y hasta 34 habitaciones por establecimiento. La categorías de 5* y sin categoría turística muestran una tendencia positiva con una tasa de crecimiento anual del 6.04% y 4.56%, respectivamente.

A nivel estatal, Cuernavaca concentra casi el 40% de la oferta de cuartos de hotel, seguido de Yautepec con el 15%, Cuautla con el 13% y Tepoztlán con el 4%. La oferta de cuartos presenta una evolución diferente y significativa, durante el período del 2000 al 2012 se observa un crecimiento superior en el número de establecimiento de hospedaje al resto de los municipios de Morelos.

La mayor concentración de habitaciones se registra en las categorías 5 y 3 estrellas, con el 55%; el 11% en la categoría 3 estrellas, el 12% en la categoría de 2, el 5% en una estrella y el 15% sin categoría turística.

En términos generales, Cuernavaca cuenta con una planta hotelera de buen nivel, en la que junto a hoteles de cadena de mediano tamaño, se encuentran una serie de pequeños hoteles que actúan a modo de residencia de descanso en un lugar tranquilo y agradable próximo a la capital. Estos hoteles están ubicados en antiguas casonas del Centro Histórico o en villas adaptadas en la periferia, ofrecen tanto la posibilidad de satisfacer a un turista con motivación más vacacional que busca entre otros atractivos, el descanso, la tranquilidad, el disfrute de los jardines, etc., como a un turista de paso, de fin de semana, con una motivación más activa y de consumo de la ciudad y de sus atractivos.

Especificación de la oferta complementaria en Cuernavaca.

La Secretaría de Turismo Federal, a través del Compendio Estadístico de Turismo en México registra que existen 421 empresas relacionados con el turismo en Cuernavaca. La mayor parte de la oferta se compone de establecimientos de alimentos y bebidas (62%), seguido de bares (11%), cafeterías (3.3%), discotecas y centros nocturnos (3%), agencias de viajes (17%), empresas arrendadoras de automóviles (2.3%) y campos de golf. No tiene Centro de Convenciones.

Una debilidad marcada en el diagnóstico es la carencia generalizada de señalización turística, principalmente, desde Cuernavaca hacia otros destinos eje de Morelos. A pesar de que existe cierta infraestructura de señalización, ésta no es suficiente para llegar a los lugares que el turista busca. Lo anterior se agrava por la falta de información clara y precisa de las rutas de transporte de autobuses al interior del estado.

El turista requiere información para llegar a los distintos atractivos que ofrece Morelos, por ello es crucial contar con una adecuada infraestructura de señalización turística. Los

recursos destinados a ésta son insuficientes, por lo que se debe lanzar un proyecto para contar con señalización turística, así como un sistema de información turística adecuado para hacer llegar al turista a los distintos atractivos que le ofrece el estado.

V. El factor humano.

La oferta educativa de Cuernavaca relacionada con el turismo es muy amplia, sin embargo, el diagnóstico del trabajo de campo revela que, en general, no se cuenta con una vinculación formal entre universidades, instituciones de educación superior y centros de investigación y desarrollo con los empresarios del sector. La vinculación que existe es con base en los esfuerzos aislados. En otras palabras, no existen acuerdos formales de intercambio de información, estudios de investigación, recursos humanos, entre otros elementos. Sólo existen algunos programas de prácticas profesionales y servicio social, los cuales parten de la iniciativa de los empresarios o de los académicos.

El problema de la carencia de acuerdos formales de vinculación se refleja en el alto costo de capacitación en el balance financiero de las empresas. Los administradores de éstas deben recapacitar a sus empleados, lo cual refleja la carencia de una vinculación formal entre el sector académico y empresarial para que el primero genere egresados con las capacidades técnico-profesionales que demanda el sector turístico de Morelos.

El diagnóstico revela que son las grandes empresas las que capacitan al interior de sus empresas. O bien, personal de nivel gerencial y de dirección acuden a compartir su experiencia con los alumnos de las universidades e instituciones de educación superior. Asimismo, estas mismas empresas invierten mucho en capacitación al pagar a especialistas que acuden a sus negocios a dar cursos, no promueven que se capaciten fuera de sus instalaciones porque consideran que no existen lugares de calidad en donde lo puedan hacer.

Cabe señalar, que este año 2013 la Universidad Autónoma del Estado de Morelos abrió la nueva Licenciatura en Turismo, que busca formar profesionales altamente capacitados y que se puedan desarrollar en todos los ámbitos del turismo, con orientación en turismo de salud, ecoturismo y turismo de naturaleza, y turismo cultural y arqueológico.

Marco Institucional, Normativo y Asociativo.

El desarrollo del turismo requiere de instituciones que sean capaces de canalizar recursos, coordinar estrategias y alinear las políticas federales, estatales y municipales para promover el crecimiento competitivo del sector. De esta forma las instituciones participantes del sector se mencionan en este apartado.

Secretaría de Turismo del Estado de Morelos (SETUR)

La misión de la secretaría consiste en dirigir acciones consensuadas que estimulen la participación de la sociedad morelense así como con los tres niveles de gobierno y el sector privado, para el desarrollo sustentable del sector turístico a través de una política dinámica e integrada de planeación, fomento, promoción, impulso al desarrollo de la

oferta y apoyo a la operación de los servicios turísticos, con respeto al medio ambiente, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del estado y convirtiendo a Morelos en uno de los principales destinos turísticos del país.

El presupuesto de la Secretaría de Turismo es de los más bajos del aparato estatal, apenas recibe menos del 2% del total del presupuesto estatal, su presupuesto está apenas por arriba de la representación del gobierno del estado en el Distrito Federal. Así en el 2005 recibió poco más de 61 millones de pesos⁵ de los cuales sólo el 13% se utilizó para gastos de operación y el resto se destinó a inversiones para mejorar el desarrollo turístico de Morelos.

Ayuntamiento de Cuernavaca.

Son las dependencias y organizaciones auxiliares de la Administración Pública Municipal orientadas a la promoción y desarrollo de la actividad turística, así como a la atención, seguridad y auxilio al turista.

También los sectores privado y social cuentan con organizaciones para facilitar la coordinación y la aplicación de las estrategias para mejorar el turismo en el estado:

- El Consejo Empresarial Turístico del Estado de Morelos, A. C.
- Dirección General de Legislación
- Subdirección de Informática Jurídica
- Las delegaciones estatales de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo
- Las delegaciones estatales de la Cámara Nacional de Restaurantes y Alimentos Condimentados
- La Asociación de Hoteles del Estado de Morelos, A. C.

Otras asociaciones, organismos y cámaras que agrupan a los prestadores de servicios turísticos por gremio, según la actividad turística que realizan. Las organizaciones del sector social que tengan como fin principal la promoción y el desarrollo de la actividad turística y las asociaciones y colegios de técnicos y profesionistas de carreras relacionadas con el turismo. Lo anterior sin menoscabo de considerar a los prestadores de servicios turísticos individuales.

Dentro de los organismos de carácter mixto se encuentran:

- El Fondo de Promoción Turística de Morelos;
- El Subcomité Especial de Turismo del Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado de Morelos;
- El Consejo Estatal de Turismo;
- Los Consejos Municipales de Turismo;
- El Instituto Estatal de Competitividad Turística.

- Leyes que inciden en el desarrollo del destino

Desde el ámbito nacional hasta el municipal se cuentan con leyes y reglamentos que inciden en el desarrollo económico, turístico, cultural y social del destino turístico:

- Ley Federal de Turismo
- Reglamento de imagen urbana para el centro histórico de la ciudad de Cuernavaca, pueblos y barrios tradicionales
- Programa Parcial del Centro Histórico de Cuernavaca
- Programa de Ordenamiento de la Zona Conurbada de Cuernavaca
- Instituto Metropolitano de Planeación Sustentable
- Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial

Accesibilidad y Movilidad.

El principal medio de acceso al destino es el vehículo particular, seguido por el autobús y a mucha distancia el avión. En cuanto al servicio de autobuses la línea que transporta el mayor número de pasajeros es la que opera el Pullman de Morelos que cubre el trayecto desde la Ciudad de México con salidas hacia Cuernavaca con una frecuencia aproximada de 10 minutos. La misma línea de autobuses opera desde el aeropuerto de la Ciudad de México y constituye un servicio muy recurrido por el turista extranjero, dada la buena frecuencia horaria con que opera, oscilando entorno a los 40 minutos desde las 6.40 h. hasta las 23.00 h, siendo el tiempo estimado de viaje de una 1 hora 40 minutos. En este sentido la ciudad cuenta con cuatro terminales de autobuses operadas por las compañías: Pullman de Morelos; Estrella de Oro que cubre el trayecto Cuernavaca-México D.F; Línea Oro que conecta Cuernavaca y Puebla; y Estrella Roja con la línea Cuernavaca-Yautepec-Cuautla. Sin embargo la ubicación de dichas terminales es poco apropiado al estar dentro del entorno urbano de la ciudad, contribuyendo a la generación de tráfico y contaminación.

Los principales problemas de accesibilidad y movilidad de la ciudad de Cuernavaca se debe a sus calles angostas y sinuosas debido a la topografía de la ciudad, subidas y bajadas, banquetas estrechas en la mayor parte de la ciudad, además de contar con elementos que obstaculizan la movilidad como postes, anuncios entre otros, son los principales problemas de movilidad. Así mismo, la falta de señalización dentro de la ciudad es un problema de movilidad.

No obstante a lo anterior, las labores de vialidad y movilidad urbana son vitales para el desarrollo de las actividades que se desarrollan en el Municipio, productivas, sociales, políticas, culturales y religiosas; siendo un Municipio de interés turístico es importante y a veces fundamental su colaboración, dado que si los turistas nos visitan y nada más por notar que el vehículo en que viajan trae placas de otros Estados, de inmediato se le busca infraccionar, esto merma en ese mismo instante el crecimiento económico del Municipio, dado que existe la probabilidad de que pague su multa o la extorsión y decida irse a otro lugar de esparcimiento.

Por la importancia de esta actividad es compromiso del Gobierno Municipal de orientar a los turistas, y de garantizar la vialidad en las distintas vías y áreas del Municipio, con el compromiso de regular la fluidez de manera efectiva, además procurando en todo momento el resguardo de la integridad física de peatones y conductores de vehículos, llevando de manera transparente todas las actividades que se les encomiende en el servicio a la ciudadanía, prestar los apoyos correspondientes a circuitos designados, con patrullas y motopatrullas, así como la atención a zonas pie a tierra y los servicios de apoyo cotidianos en cruces de calles, salidas y llegadas de escuelas, como también en servicios especiales consistentes en caravanas, desfiles, mítines, marchas, manifestaciones, carreras deportivas, etc., lo anterior en coordinación con las diferentes instituciones Municipales, Estatales y Federales.

Infraestructura Básica

Sistemas de transporte

Al interior de la ciudad de Cuernavaca, se cuenta con el sistema de transporte con itinerario fijo y el sistema de transporte sin itinerario fijo (taxis), al menos 20 rutas atraviesan la ciudad de norte a sur y de oriente a poniente. Con ello se logra dar cobertura prácticamente a toda la ciudad.

Este sistema de transporte entra y sale de Cuernavaca hasta llegar a los municipios que integran la zona metropolitana de Cuernavaca, es decir, tiene conexión con Jiutepec, Xochitepec, Zapata, Temixco y Huitzilac.

Urbanismo

Desde sus orígenes la ciudad se ha concebido como la unión de diversos núcleos poblacionales, insertándose zonas agrícolas en la trama urbana y viéndose ésta condicionada por barrancas y cursos de agua que han terminado por conferir a la ciudad un aire discontinuo. A este hecho hay que añadir que su crecimiento se ha producido absorbiendo pequeños núcleos rurales de la periferia, siendo el resultado un conjunto de “manchas urbanas” vertebradas por una débil trama de transporte (constituida sobre la base de antiguos caminos de tránsito). Así, esta estructura urbana hace complicadas las relaciones viales entre los distintos espacios ciudadanos, siendo muchas de las actuales calles antiguos caminos rurales entre haciendas o huertas, que en la actualidad se han transformado en colonias residenciales.

En este sentido podemos afirmar que Cuernavaca es una ciudad con un Centro Histórico congestionado que no se diseñó para ser eje de una ciudad motorizada y densa en la que se ha convertido la capital del Estado. Esta congestión que ha sido consecuencia del crecimiento experimentado, ha puesto de manifiesto la escasez de suelo para la creación de espacios públicos y la dificultad de ordenación de todas las actividades que en ella tienen lugar: transporte, comercio, circulación, etc.

Una consecuencia directa de esta congestión, son los graves problemas de tráfico vehicular a los que se enfrenta la ciudad y especialmente la zona del Centro Histórico que

se caracteriza por la masificación y congestión existente en sus calles y avenidas, al circular gran cantidad de vehículos que generan importantes problemas de ruidos así como de estacionamiento tanto en la vía pública como en los estacionamientos privados. Asimismo, la distribución de flujos no resulta adecuada y, ante tal proliferación de vehículos, resultan insuficientes las medidas implementadas en materia de ordenación vial. Otro de los focos que suponen un aporte importante de tráfico son las antiguas carreteras entre la Ciudad de México y el sur del país, especialmente la ruta hacia Acapulco que cruza la ciudad de norte a sur por la actual avenida Morelos y sigue siendo un recorrido básico para el tráfico ciudadano y de paso. Aunque el libramiento de la autopista ha supuesto un alivio para el tráfico de paso, no ha eliminado las servidumbres de circulación lineal de dos áreas importantes de la ciudad al norte y al sur y, de éstas con el centro administrativo y de servicios.

Por lo que respecta al Centro Histórico, éste pese a no encontrarse catalogado como tal, es decir, como “histórico”, se encuentra bien delimitado y en buen estado de conservación, con calles que guardan una adecuada armonía en materia de tipología de edificios y alturas. Adicionalmente al Centro Histórico, la ciudad de Cuernavaca cuenta con otros espacios de interés urbano-arquitectónico como son sus 12 pueblos históricos y dos barrios históricos, todos ellos protegidos por ordenamientos legales.

Respecto a la conservación de los edificios, el Centro Histórico se mantiene en buen estado, especialmente en lo que a las fachadas de edificios se refiere, pese al hecho de que algunos inmuebles requieren mejoras importantes (iluminación, rehabilitación, pintura, eliminación de carteles o anuncios poco estéticos, arreglo de balcones, etc.), En este sentido y para evitar la proliferación de anuncios en locales, comercios o edificios que puedan dañar la estética de los inmuebles, se ha confeccionado un reglamento por iniciativa conjunta de los gobiernos estatal, municipal y el INAH, que regula el diseño, las características, colores, iluminación y colocación de los mismos. Así mismo, se han establecido una serie de recomendaciones en cuanto a la aplicación de colores en las fachadas de los distintos inmuebles que deseen ser remodelados, con la finalidad de conservar las tonalidades cromáticas tradicionales. Pese a ser una buena medida es necesario, que se incentive su puesta en práctica.

En materia de mobiliario urbano, éste se caracteriza por su heterogeneidad en cuanto al alumbrado, bancas de los parques que presentan un modelo similar pero se encuentran pintados de colores diferentes, botes de basura de distintos tamaños y tipologías, y, por otro lado, por ser insuficiente en términos generales en todo el municipio, especialmente en lo que a botes de basura se refiere. El mobiliario utilizado para la identificación de paradas de autobuses, por el contrario, sí posee un diseño homogéneo y se encuentra en buen estado de conservación en toda la ciudad. Asimismo, el mobiliario destinado a la promoción comercial o anuncios luminosos presenta una imagen homogénea y ordenada. No ocurre lo mismo en materia de señalización vial de la ciudad (señales de tránsito, nomenclatura de calles) y recursos turísticos en concreto, al caracterizarse la señalización direccional y posicional por su escasez y heterogeneidad.

Existen por otro lado, ciertos elementos que deterioran la imagen urbana como es el cableado aéreo, toldos y techos de lona, así como la presencia de anuncios y letreros luminosos. Por otro lado, a la estrechez de calles y banquetas, se une el problema de la invasión de las mismas por parte del comercio ambulante y de las tiendas que sacan sus

productos a la calle como es el caso de calles principales y aledañas al centro urbano (Avenida y Parque Morelos). Por otro lado, en relación al ajardinamiento, arbolado y zonas verdes, en términos generales, se ha constatado un aparente descuido de las especies. Éste, que es un aspecto crucial en cuanto a la imagen urbana de cualquier ciudad, adquiere si cabe mayor relevancia en la ciudad de Cuernavaca, que tradicionalmente se ha conocido como la Ciudad de la Eterna primavera en la que espacios verdes, jardines y flores van indisolublemente unidos a ese calificativo o denominación.

La ciudad en general cuenta con un firme en buen estado de conservación en sus principales avenidas y calles, buen alcantarillado, alumbrado y limpieza general de las mismas. Por el contrario, en algunas de las banquetas y calles secundarias, el firme no presenta el mismo buen estado de conservación y existen problemas de falta de mantenimiento, baches, polvo y suciedad (Avda. Hidalgo por ejemplo). Un problema generalizado en todos los espacios de la ciudad es la presencia de graffiti, que afecta negativamente a la fachada de todo tipo de inmuebles y de buena parte del mobiliario urbano.

Servicio de policía turística

Actualmente existe un servicio de policía turística, que presta un doble servicio de vigilancia y cuidado del orden así como de apoyo y asistencia al turista. Este colectivo utiliza como medio de transporte la bicicleta y centra su actividad fundamentalmente en la zona del Centro Histórico. Sin embargo, el número de efectivos es reducido y se caracteriza por la necesidad de incrementar su conocimiento y cualificación en materia turística.

Cuernavaca se ha caracterizado por un desarrollo urbano poco planificado, configurándose la ciudad por absorción de pequeños núcleos rurales de la periferia y convirtiéndose en una ciudad multinuclear. Cuenta con una infraestructura de calles estrechas, con origen en antiguos caminos y con un Centro Histórico congestionado que se enfrenta a graves problemas de circulación y estacionamiento, con escasez de suelo y con conflictos en cuanto a los usos del mismo. Por otro lado, existe una imagen poco homogénea del mobiliario y carencias en materia de señalización direccional y posicional de los recursos turísticos.

Servicio de recolección y eliminación de residuos sólidos

El servicio de barrido, recolección y eliminación de residuos sólidos corresponde a la Secretaría de Servicios Municipales del Ayuntamiento. Los servicios de limpieza manuales y mecánicos son insuficientes para atender las necesidades actuales. En este sentido, la recolección de basura se realiza tanto de forma domiciliaria como a través de servicios especiales. En materia de mobiliario urbano, los botes de basura existentes en la vía pública se caracterizan por su falta de homogeneidad en cuanto a diseño y capacidad, y en muchas ocasiones se ven desbordados.

Sin embargo, en determinados casos, como ocurre en la Avenida Morelos, calles del Centro Histórico y áreas verdes de la ciudad presentan problemas de acumulación de

basura procedente de la actividad diaria de puestos ambulantes de alimentos, desechos de talleres de autos, restaurantes, etc., que se traducen en focos de contaminación y que proyectan a los ciudadanos y visitantes una imagen urbana poco cuidada y respetuosa del medio ambiente.

Actualmente el servicio de limpieza y recolección de basura es insuficiente y se observan problemas de acumulación de desechos por la actividad del comercio informal y otras actividades que no gestionan eficazmente sus residuos, lo cual genera focos de contaminación visual que afectan a la imagen de Cuernavaca como destino turístico.

Agua y alcantarillado

El problema de escasez de agua es bastante considerable de cara al futuro, teniendo en cuenta la ubicación del Municipio, en el interior del territorio nacional, donde los niveles de precipitación anual no son muy abundantes (se registran unos 1096 mm cúbicos anuales). En cuanto a la red de drenaje del municipio, éste cubre el 92.60 % de las viviendas. Pese a ello, la estructura urbana de la ciudad dificulta la existencia de un sistema de drenaje eficaz, de forma que la abundancia de cursos de agua se han aprovechado como alcantarillado en numerosas residencias y colonias, con el consiguiente problema de contaminación de los espacios naturales que están integrados en la trama urbana.

Existen tres plantas de tratamiento de aguas residuales que hasta el momento han cubierto satisfactoriamente las necesidades de la ciudad.

La estructura urbanística y el crecimiento experimentado por la ciudad, ha derivado en deficiencias en el sistema de drenaje provocando los consiguientes problemas medioambientales que pueden afectar a la imagen del destino.

Aunado a lo anterior, el Sistema de Agua Potable y Alcantarillado del Municipio de Cuernavaca (SAPAC), enfrenta en la actualidad, una crisis financiera debido principalmente a las deudas históricas acumuladas con diferentes Dependencias de Gobierno Federal y Estatal, Comisión Nacional del Agua (CONAGUA), Comisión Federal de Electricidad (CFE), Instituto de Crédito para los Trabajadores al Servicio del Estado de Morelos (ICTSGEM) o ante acreedores particulares generados desde gobiernos anteriores. Esto ha retrasado por trienios, la inversión en nuevas tecnologías y obras de infraestructura hidráulica y saneamiento en beneficio de los cuernavacenses, que amplíen y doten con eficiencia la cobertura de servicios.

Existe por otra parte, un alto rezago en el pago de los usuarios, generando falta de liquidez para el Sistema y la configuración de la cartera vencida. Los precios de las tarifas de consumo no corresponden a su costo y al incremento en los precios de los materiales que se requieren. Ello aunado a un alto rezago en el pago puntual de los usuarios.

La insuficiencia de recursos financieros ha impedido la sustitución de la red de distribución de agua potable, que por su mal estado genera pérdida considerable del vital líquido y un costo extra en la operación de los equipos.

El crecimiento explosivo y desordenado de la población ocasiona el aumento de la demanda del servicio de agua potable en lugares cada vez más inaccesibles. Debido a los efectos de deforestación y lo errático de los temporales de lluvias, cada vez es menor la disponibilidad del líquido en los mantos freáticos.

Protección del territorio y del paisaje natural y urbano.

Existe en la actualidad un gran rezago en el desarrollo urbano, esto debido a que no se ha ordenado el crecimiento urbano en los diferentes pueblos y colonias del Municipio, ya que algunos de ellos cuentan con todos los servicios básicos y otros no cuentan con ninguno, por eso se pretende que en esta Administración 2013 – 2015, se beneficien un mayor número de pueblos y colonias a fin de lograr una mayor equidad en la dotación de los servicios públicos.

Se han realizado obras públicas en el Municipio sin la adecuada planeación o supervisión técnica, lo que ha ocasionado mayores problemas; se tienen asentamientos humanos que carecen de los servicios básicos y que al no cumplir con la normatividad para ser beneficiarios con programas Federales, se requiere se implementen otras opciones para poder solucionar su problemática y lograr mejorar su índice de bienestar social.

En los últimos años las finanzas públicas municipales de Cuernavaca se vieron fuertemente impactadas por los efectos de la crisis económica mundial, situación que ocasionó que la recaudación de los ingresos municipales se viera disminuida, lo que orilló a que el Ayuntamiento recurriera al financiamiento vía deuda pública como medida emergente para construir la obra pública y proporcionar los servicios públicos.

Con la finalidad de dar solución a las demandas de la sociedad, se pretende la participación de los habitantes para la realización de sus peticiones, a través de su cooperación con la mano de obra o con materiales de que dispongan para los proyectos de infraestructura básica, en los casos en que no sean factibles con algún programa federal, ayudando con esto a solucionar aquellas peticiones que no se han atendido desde hace años.

En la situación económica actual, se requiere sumar recursos de los gobiernos Federal y Estatal para atender las demandas de la población; sin embargo, para acceder a los recursos presupuestales de los órdenes de Gobierno Federal y del Estado de Morelos es preciso cumplir las Reglas de Operación de los programas que aprueba el Congreso de la Unión y el Congreso del Estado y dentro de estas Reglas se establece como requisito la presentación de un proyecto o de un expediente técnico definitivo; así mismo, en su caso, se tiene que cumplir este requisito ante las fuentes de financiamiento tanto nacionales como internacionales; para ello, se debe realizar el diseño de proyectos urbanos y arquitectónicos solicitados por la población con un enfoque sustentable, la correcta priorización de los mismos se reflejará en una mejor aplicación de los recursos financieros en la ejecución de obra pública, mejorando consecuentemente la calidad de vida de la población del municipio de Cuernavaca.

Se deberán realizar proyectos que planteen la solución a las peticiones de la población que respondan a la necesidad que se tiene y se definirá con los beneficiarios la prioridad

de atención, para que en su oportunidad, en los tiempos que con ellos mismos se hayan definido, se satisfagan los requerimientos de obras públicas que impacten favorablemente en el logro de un desarrollo integral y equilibrado, a partir de una visión sustentable en la que el aprovechamiento de los recursos materiales y financieros privilegien el fomento del desarrollo económico, el cuidado y preservación del ambiente y un desarrollo armónico capaz de igualar la generación de oportunidades en las áreas urbanas y rurales del municipio sin pasar por alto el marco jurídico que rige las funciones en materia de proyectos arquitectónicos.

El municipio de Cuernavaca, ha sido y aún hoy lo es, un sitio codiciado para vivir, esto en razón de sus condiciones climáticas y paisajísticas, que propiciaron su “slogan” por cierto merecido: “la ciudad de la eterna primavera”. Pero en un corto tiempo se produjo un desarrollo explosivo; su territorio codiciado como mejor sitio para vivir; también sufre presiones que implican crecimiento y en consecuencia la necesidad de grandes mejoras en su estructura urbana, sus servicios y equipamiento, aunque en especial, de recuperación ambiental. La demanda habitacional es alta y por ella costosa, no siempre en las posibilidades de los hijos de los pobladores actuales. El reuso del suelo, originalmente tierra fértil entre las grandes barrancas, poco a poco cedió al cambio. El casco histórico y sus 11 pueblos, defienden, apoyados en la añoranza, sus antiguas construcciones, calles y callejones. Sus habitantes los más antiguos observan con bastante temor el peligro de su descendencia. La presión especulativa comercial hace peligrar su permanencia física en el suelo que los vio nacer. La firme vocación residencial se debilita, pelagra el concepto de ciudad jardín, las calles de paseo y encuentro, son arrebatadas por su majestad el automóvil.

A pesar de los esfuerzos realizados para proteger los ecosistemas morelenses con la creación de reservas ecológicas, los bosques y selvas, así como la fauna asociada a ellas, se encuentran en proceso acelerado de deterioro y con una tendencia que se advierte difícil de detener en el corto plazo. Los cambios de uso de suelos ocasionados por la tala de los bosques y selvas para el uso urbano además de la quema de bosques y selvas para la apertura de terrenos para uso agropecuario, han reducido las áreas forestales sujetas a conservación, conjuntando a esta situación se tiene la problemática de contaminación ambiental ocasionada por la falta de un manejo óptimo de los residuos, incrementando la generación de basura, la cual depositan a cielo abierto en tiraderos clandestinos.

Otra problemática que afecta al patrimonio natural no solo es la conurbación sino de todo el estado es la generación de aguas negras, las cuales se descargan directamente a arroyos y barrancas sin ningún tratamiento previo, lo que representan un gran peligro para los pobladores, ya que además de su peligrosa infiltración al subsuelo, causando la contaminación de los mantos acuíferos subterráneos, afecta en demeritar los paisajes naturales de la conurbación.

Mercados actuales y potenciales.

Durante el 2012, Cuernavaca recibió 614 mil 888 visitantes, de los cuales 92% fueron turistas nacionales y el restante 8% turistas extranjeros. Al igual que el estado en su conjunto, la composición real de turistas durante los últimos ha sido de turistas nacionales.

Del 2000 al 2012, se observa que Cuernavaca experimentó altibajos en el número de llegadas de turistas nacionales. La tasa media de crecimiento anual ha sido negativa (-0.39%), siendo en el 2004 cuando registró la menor tasa de crecimiento (-14.01%), recibiendo un total de 502 mil 758 turistas, tendencia que se mantuvo. Hasta el 2008, registró un ascenso del 15.76%, empezando a decrecer año con año hasta empezar a incrementar en el 2012.

Por el contrario, durante el período de estudio, la llegada de turistas extranjeros presentó altibajos. En el 2005, se experimentó un repunte de los turistas extranjeros para continuar de nuevo con una tendencia decreciente, ya que se observa una disminución significativa de la llegada de turistas a Cuernavaca, tendencia que continuó agudizándose hasta el 2009. Esta situación se atribuye como consecuencia de la crisis sanitaria de la influenza, la inseguridad en la región centro que vive el país y la crisis económica por la que paso Estados Unidos. Del 2000 al 2012, la tasa media anual de crecimiento fue negativa (-0.89%).

Promoción y comunicación.

El Diagnóstico señala que el Fideicomiso de Turismo (FITUR), es la encargada de administrar la recaudación del impuesto del 2% al hospedaje. El buen desempeño y organización de los empresarios a través de FITUR ha resultado en un incremento anual del presupuesto para promocionar a Morelos, esto se explica por un aumento en la recaudación del impuesto del 2% al hospedaje. Sin embargo, los recursos para promoción nunca son suficientes por lo tanto se deben buscar más esquemas de participación, dar espacios en concesión para seguir multiplicando recursos.

Hace unos meses se inició la promoción de la marca “Morelos es”, la cual ha logrado posicionarse gracias al reconocimiento nacional de Cuernavaca como la ciudad de la eterna primavera, además los colores y el logotipo son atractivos para el consumidor. Por lo tanto, se deben continuar los esfuerzos de promoción con base en el nuevo logotipo y eslogan para continuar con una línea estratégica de mercadotecnia para posicionar a Morelos como uno de los destinos turísticos más atractivos del país. La marca representa los esfuerzos de promoción turística del Estado de Morelos, no es producto de un gobierno o proyecto político sexenal. Por lo tanto, los empresarios deben hacerla suya en un esfuerzo por posicionar al estado ante el turismo local, regional, nacional e internacional. La marca “Morelos es” evoca en la mente del turista algunos elementos característicos del estado como el clima, balnearios, naturaleza, tranquilidad, diversión, entre otros. Desde luego, Cuernavaca es más reconocida que Morelos, de ahí la buena recepción del eslogan “La Eterna Primavera”.

Actualmente la efectividad de la promoción se mide de manera indirecta a través del índice de ocupación hotelera, sin embargo, este no se mide de manera exacta, debido a que en ocasiones se reporta la ocupación sólo del fin de semana (lo cual sobre estima el promedio). Debido a la importancia de contar con datos reales para medir la efectividad de las estrategias de promoción turística y del potencial turístico del destino se debe hacer un llamado para que los prestadores de servicios de hospedaje lleven un registro confiable de su nivel de ocupación. De manera reciente las tecnologías de información,

principalmente el Internet, han revolucionado la manera en la que se pueden comercializar los productos y servicios turísticos, de hecho han hecho que la publicidad sea más efectiva, personalizada y más barata. Sin embargo, no todos los empresarios tienen acceso a estas tecnologías por falta de recursos o por ignorancia de su manejo. Por ello, se deben promover cursos de capacitación para la aplicación de estas tecnologías en las estrategias de comercialización de cada empresa turística.

Comercialización.

El Diagnóstico señala que antes de comercializar un producto o servicio turístico se debe contar con un producto listo para ofrecerse al visitante. Se deben de incluir todos los elementos que ofrezcan una buena estancia al turista, buena calidad, buen precio que hagan de la experiencia algo inolvidable. En este punto el armado del producto resulta fundamental, no sólo se trata de construir cabañas y promoverlas, debe ofrecerse una oferta de productos complementaria que hagan atractivo el destino, por ejemplo, se deben de contar con servicios básicos (agua, luz eléctrica, teléfono, alimentos, servicios de emergencia, entre otros), guías capacitados en turismo de naturaleza, entre otros elementos.

La comercialización con los tour operadores se enfrenta a dos obstáculos, primero los altos precios en comparación con los destinos cercanos (lo cual resta competitividad a Cuernavaca con respecto a destinos cercanos como Pachuca, Puebla y Toluca); en segundo lugar no se respetan los acuerdos en tarifas previamente negociados. En ocasiones esto se debe a un desconocimiento por parte de los empresarios en calcular su punto de equilibrio, además no perciben que el cuarto más caro es el que se queda vacío.

Probablemente, se podría contar con precios más competitivos para ofrecer a los tour operadores sin sacrificar sus beneficios, con el fin de aumentar el porcentaje de ocupación y la estadía promedio. Los hoteleros de Cuernavaca prácticamente no tienen problemas de ocupación para los fines de semana, pero sí requieren aumentar su ocupación entre semana. Para ello se deben diseñar promociones y descuentos a los tour operadores y al cliente final para aumentar su ocupación en esas fechas. Morelos tiene la ventaja de contar con muchos nichos de producto, esto permite ofrecer una oferta de productos y servicios turísticos diversa para la mayoría de las preferencias de los turistas. Por lo anterior, las estrategias de comercialización pueden destinarse a distintos segmentos del mercado.

Identificación y análisis de las TIC's disponibles y utilizadas en el destino.

La problemática del Destino Turístico de Cuernavaca radica en que no cuenta con mayores niveles de Tecnologías de Información y Comunicación en materia de turismo, por lo tanto, su crecimiento es lento y despacioso.

Al tener bajo usos de TIC's, el Municipio de Cuernavaca no permite introducir innovaciones, lo que con lleva una ineficiencia en las interacciones entre los agentes turísticos implicados en la promoción y comercialización turística del destino.

Las ventajas del uso de las TIC's en el Destino de Cuernavaca es muy importante porque con esto ayudan y dan una mejor comodidad y rapidez para poder utilizar y disfrutar de los productos turísticos, que son ofrecidos en el mercado. Al igual que da mayores facilidades para obtener de una forma más rápida la información, menores riesgos y menores costos. Con esto podrá dar un mayor avance en la tecnología la cual día tras día van a la vanguardia, la cual las empresas turísticas tienen que estar de la mano con la misma para poder ser más productivas.

FODA GENERAL DEL DESTINO DE CUERNAVACA

Fortalezas

- Excelentes condiciones climáticas.
- Tranquilidad y posibilidades de descanso.
- Buena accesibilidad al destino desde otros municipios del Estado y desde el Estado de México.
- Elevado índice de población ocupada.
- Tasa de crecimiento de los salarios superior al resto del Estado.
- Gran dinamismo de la actividad Industrial por presencia de Ciudad Industrial del Valle de Cuernavaca (CIVAC).
- Gran arraigo e importancia del sector turístico dentro de la economía de Cuernavaca.
- Presencia de recursos turísticos atractivos en el radio de distancia de una hora.
- Existencia de un conjunto de recursos de gran interés.
- Iniciativa pública y gubernamental para el desarrollo turístico de Cuernavaca.
- Importante oferta museística
- Alto grado de conocimiento del destino y fidelidad al mismo.
- La oferta de alojamiento cuenta con hoteles de arquitectura singular y buenos niveles de calidad.
- No se producen problemas de integración social por parte de los visitantes.

Oportunidades

- Proyectos de mejora de la infraestructura vial y aeroportuaria: autopista del siglo XXI y ampliación del aeropuerto de Cuernavaca.
- Proximidad a un gran mercado emisor de turistas como es la Ciudad de México.
- Mercado cautivo procedente de viviendas de segunda residencia.
- Proliferación de haciendas especialmente aptas para usos turísticos.
- Gastronomía rica y variada susceptible de mayor puesta en mercado.
- Ampliación del número de vuelos tanto de origen nacional como internacional.
- Buena predisposición de los empresarios y empleados para mejorar su cualificación en el sector.
- Grandes posibilidades de creación de productos estructurados en base a rutas específicas: la Ruta de los Conventos, la ruta de Zapata.
- Creación de paquetes de oferta integrada entorno a productos novedosos: golf, salud, idiomas, alternativo, etc.
- Idoneidad de Cuernavaca como punto de partida para ofertar otros productos de interés y recorridos.

- Carácter repetitivo de los viajes de descanso desde la Ciudad de México.
- Presencia de programas turísticos a nivel de la SECTUR Federal en los que Cuernavaca podría participar (México Limpio y Querido, Distintivo H, etc.).
- Integración de la oferta de Cuernavaca con el resto de atractivos del Estado de Morelos.
- Mejora de los soportes promocionales y creación de nuevos específicos de Cuernavaca.
- Mayor interpretación de los recursos que permita mejorar la integración del turista con el destino.
- Estrés imperante en la gran urbe y principal mercado emisor, que es México.
- Cuenta con pueblos y barrios históricos con atractivos susceptibles de mayor aprovechamiento turístico.
- Sinergias comunicativas y promocionales con el Estado de Morelos y con el programa Corazón de México.
- Incremento del número de eventos y difusión de los mismos.
- Posibilidad de creación de productos integrados de recursos, oferta y servicios con sede en la ciudad de Cuernavaca.
- Captación de nuevos segmentos de mercado de origen internacional (especialmente por proximidad, de Estados Unidos).
- Mayor promoción de las artesanías del lugar y ordenación de la actividad comercial en espacios acondicionados para ello.
- Cooperación empresarial y realización de proyectos comunes,
- Importante oferta de escuelas y universidades para el aprendizaje del español.
- Programas de apoyo y asesoría por parte de dependencias y entidades del gobierno federal y estatal.

Debilidades

- Abandono de la actividad agrícola y utilización del suelo para su uso a modo de áreas vacacionales.
- Carencia de recursos básicos con gran poder de atracción.
- Inexistencia de una oferta de productos turísticos correctamente estructurados.
- Insuficientes esfuerzos en materia de promoción y difusión del destino.
- Ausencia de una política de ordenación y regulación de aspectos que afectan a la imagen urbana (comercio ambulante, luminosos, carteles, estado de las fachadas, etc.).
- Insuficiente servicio de limpieza en la ciudad y falta de sensibilización pública en esta materia.
- Crecimiento urbano desordenado y ausencia de un núcleo urbano coherente y planificado.
- Congestión vial y tráfico por las calles del centro urbano.
- Imagen urbana afectada por problemas de contaminación acústica y visual (cableado, toldos, luminosos, etc.).
- Escasez de espacios libres en la ciudad para pasear y disfrutar de la ciudad.
- Falta de adecuación de algunos recursos para su uso turístico.
- Desconocimiento de la población local acerca de la actividad y recursos turísticos de su ciudad.

- Nivel de gasto medio de la demanda, reducido.
- Estancia reducida y concentrada especialmente durante los fines de semana.
- Poca motivación y falta de iniciativa del sector empresarial.
- Falta de profesionalidad en el sector de alojamiento y restaurantes.
- Ausencia de una marca turística propia.
- Imagen poco homogénea del mobiliario y carencias en materia de señalización direccional y posicional de los recursos turísticos.
- Inexistencia de material promocional propio atractivo y eficaz (guía de la ciudad).
- Ineficiencias estéticas en los escasos soportes promocionales.
- Reducidos esfuerzos promocionales por parte de la corporación local.
- Limitada oferta de servicios.
- Poca representación de asociaciones empresariales y escaso dinamismo en materia turística.

Amenazas

- Consolidación de Cuernavaca como lugar de visitas de día o “excursionismo”.
- Mayor atractivo del resto de la oferta cultural de México y de otros destinos turísticos.
- Deterioro de los recursos por falta de los bores de acondicionamiento y rehabilitación.
- Fuerte desequilibrio entre las épocas de menor y mayor ocupación residencial.
- Presencia de residuos y falta de limpieza.
- No concienciación turística de la población y buena acogida al turista.
- Presencia de focos de contaminación visual por la actividad comercial en las calles del centro.
- Escasez de suelo para la creación de nuevos proyectos o para la ampliación de la oferta turística.
- Persistencia de la situación de tráfico vehicular.
- Presencia de ofertas más atractivas y novedosas en otros destinos y especialmente en la Ciudad de México,
- Problemas de drenaje y contaminación medioambiental,
- Imagen de Cuernavaca como destino inseguro en el que se han producido actos de delincuencia.
- Utilización de las residencias como fórmula de alojamiento y bajo nivel de consumo en el destino.
- Excesiva dependencia y concentración de un mercado concreto (México).
- Marcada estacionalidad que implica infrautilización de recursos e infraestructuras.

II. AGENDA DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO DE CUERNAVACA

Objetivos, Estrategias y Líneas de Acción de la Agenda.

Los objetivos, estrategias y acciones del Plan de Acción de la Agenda de Competitividad Turística del Destino Cuernavaca, por su importancia y por su trascendencia están considerados como referente obligados para la definición de los programas operativos del Municipio de Cuernavaca.

1. Oferta Turística

Estrategia. Mejorar, diversificar y segmentar la oferta turística municipal, mediante el desarrollo e innovación de productos y servicios, haciendo su oferta más atractiva y competitiva para el turista.

Líneas de acción:

- Crear nuevos productos turísticos innovadores.
- Diseñar y armar paseos, rutas y circuitos turísticos temáticos.
- Diseñar el Programa de Desarrollo de Productos por modalidad y segmento turístico específico (Turismo de Reuniones, Turismo de Naturaleza, Turismo Comunitario, Turismo Cultural, Turismo Deportivo, Turismo Gastronómico, Turismo Premium, Turismo de Salud, Turismo Social, Turismo Accesible, Escuelas de Español, entre otros.)
- Impulsar y fomentar el Turismo de reuniones
- Impulsar y fomentar el Segmento de Bodas
- Impulsar y fomentar el Turismo Idiomático
- Elaborar el “Estudio del Perfil del Visitante, Grado de Satisfacción del Turista y la Estimación de la Afluencia de Visitantes y Derrama Económica del Municipio de Cuernavaca”.
- Promover la celebración de convenios interinstitucionales para la realización de programas y proyectos turísticos con el propósito de desarrollar la oferta turística de Cuernavaca.

2. Democratización de la productividad turística

Estrategia. Coordinar, gestionar y promover acciones en materia de empleo y autoempleo que coadyuven al crecimiento económico de las empresas turísticas en el Municipio de Cuernavaca.

Líneas de acción:

- Fomentar la inversión pública y privada, nacional y extranjera en proyectos turísticos sustentables.
- Fomentar e impulsar la planeación, análisis y atención de proyectos de inversión.
- Fomentar la inversión público y privada, nacional e internacional y de los tres niveles de Gobierno.
- Fomentar la integración de cadenas productivas municipales.
- Impulsar la creación y apoyo de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMES) turísticas.
- Crear condiciones que contribuyan a la competitividad de las MiPyMES turísticas.
- Crear un programa municipal de financiamientos para las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas a fin de facilitar la obtención de créditos.
- Poner en operación un proceso permanente para la atención a inversionistas que facilite y promueva la inversión nacional y extranjera directa en el sector turístico.
- Crear y aplicar normas para combatir el comercio informal en zonas turísticas de Cuernavaca.
- Regular comercio fijo y semifijo.
- Aportar certidumbre y agilidad en las gestiones ambientales y urbanas para el desarrollo de proyectos turísticos a través de la operación de “Ventanilla Única”.
- Agilizar los trámites que se realizan en el Centro de Atención Empresarial Morelense (CAEM), con la colaboración de la Comisión Estatal de Mejora Regulatoria (CEMER).
- Incentivar el progreso y fortalecimiento del comercio apoyando a la micro, pequeña y mediana empresa turística en la apertura o revalidación de las licencias de funcionamiento.
- Asesorar técnicamente a los emprendedores que lo soliciten, para el establecimiento de nuevas empresas o la formulación y ejecución de proyectos de inversión y planes de negocios.
- Fomentar la puesta en marcha de empresas rentables y sustentables.
- Llevar a cabo Ferias del Empleo Turístico, en coordinación con el Servicio Nacional de Empleo Morelos y la Secretaría de Turismo Estatal.

3. Sustentabilidad Turística

Estrategia. Impulsar y fomentar programas, proyectos y acciones que promuevan un desarrollo sustentable del sector turístico de Cuernavaca.

- Actualizar, consensuar y publicar el Ordenamiento Ecológico Municipal Territorial.
- Establecer el Consejo Consultivo Municipal Ciudadano para el Desarrollo Sustentable.
- Diseñar materiales didácticos y de difusión de cultura ambiental para la ciudadanía.
- Proponer las declaratorias de Reservas, Cursos, Destinos y Provisiones de Áreas y Predios.
- Adquirir en coordinación con la federación y el Estado, las Reservas Territoriales.
- Garantizar la adecuada operación de las Áreas Naturales, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Sustentable.
- Poner en práctica programas de ahorro de energía en hoteles y empresas que brindan servicios turísticos, así como compartir información con el sector turístico sobre nuevas tecnologías sustentables de ahorro de energía que permitan reducir el consumo energético.

- Implementar un esquema de certificación para empresas turísticas ambientalmente responsables.
- Impulsar el manejo integral de los residuos sólidos.
- Abatir la corrupción en los centros de verificación.
- Fortalecer el marco legal ambiental.
- Crear un Sistema de Información Ambiental del Municipio.
- Implementar programas para promover e impulsar el uso de energías renovables.
- Rescatar, conservar y proteger las áreas con valor ambiental.
- Evitar nuevos desarrollos inmobiliarios que pongan en peligro el entorno ambiental y la seguridad alimentaria.
- Prevenir y restaurar el equilibrio ecológico y protección del entorno ambiental de las barrancas y cauces naturales del Municipio.
- Construir un prototipo de parador turístico en las Barrancas de Cuernavaca, a fin de establecer un esquema de educación y sensibilización ambiental.
- Fomentar la creación e implementación de proyectos ambientales.
- Implementar el Programa Municipal de Cambio Climático.
- Construir y rehabilitar la infraestructura hidráulica para ampliar la cobertura de los servicios de agua potable.
- Construir sistemas de alcantarillado y de colectores que permitan la conducción de las aguas residuales a plantas de tratamiento.
- Mantener operando todas las plantas de tratamiento construidas en el Municipio.
- Construir infraestructura de saneamiento en los sitios de mayor rezago.
- Fortalecer e integrar el marco regulatorio y normativo para las descargas de agua residual en cauces y barrancas.
- Equipar y realizar obras y prácticas que induzcan la conservación y el uso racional del agua.

4. Formación y certificación

Estrategia. Incrementar la competitividad de las empresas y los servicios turísticos en el municipio, brindando apoyo para la capacitación y certificación.

Líneas de Acción:

- Diseñar e instrumentar programas de capacitación para la atención de los turistas dirigido a prestadores de servicios turísticos, servidores públicos y población general.
- Impulsar y fomentar la certificación de prestadores de servicios turísticos.
- Continuar con la aplicación del Programa de Distintivo “H”.
- Continuar con la aplicación del Programa de Moderniza “M”.
- Continuar con la aplicación del Programa de Punto Limpio.
- Impulsar la formación y certificación de guías turísticos locales y especializados.
- Impulsar la capacitación y certificación en Turismo de Negocios y el Segmento de Bodas.
- Coadyuvar en el fortalecimiento del Programa Club de Calidad Tesoros de Morelos, en coordinación con la Secretaría de Turismo Estatal.

- Elaborar el “Estudio del Perfil del Visitante, Grado de Satisfacción del Turista y la Estimación de la Afluencia de Visitantes y Derrama Económica del Municipio de Cuernavaca”.
- Cursos de inducción al Plan de Acción derivada de la Agenda de Competitividad del Destino de Cuernavaca.
- Impulsar el Registro Municipal Turístico.

5. Accesibilidad e infraestructura (instalaciones y servicios)

Estrategia. Mejorar el equipamiento de los sitios turísticos y promover la inversión en la infraestructura y equipamiento de apoyo al turismo.

Líneas de acción:

- Incrementar la conectividad y facilitar el turismo a Cuernavaca.
- Incrementar el traslado de viajeros a través de la agilización de autorizaciones de permisos de vuelos charters.
- Fortalecer el destino turístico de Cuernavaca, a través de la promoción de convenios bilaterales de aviación.
- Mejorar la calidad y oportunidad de la información de apoyo al viajero de autotransporte, y con apoyo de sistemas interactivos.
- Realizar procesos de incorporación de un nuevo sistema de transporte masivo y moderno que satisfaga las principales demandas de la población, en conjunto con la Secretaría de Movilidad y Transporte.
- Modernizar el servicio del transporte público y particular.
- Implementar operativos para patrullaje normal o específicos.
- Construir, mantener y mejorar la infraestructura turística y fomentar el ordenamiento urbano.
- Continuar con la ejecución de las obras de mejoramiento y rehabilitación de la Imagen urbana del Centro Histórico de Cuernavaca.
- Desarrollar e implementar un proyecto de Señalización Turística Innovadora Municipal, tanto en carreteras locales como al interior de la ciudad. Ello incluiría también contar con módulos de atención turística con información en diferentes idiomas.
- Impulsar la realización de proyectos de “Iluminación Artística, Cultural y Turística de Bienes Inmuebles”
- Impulsar y fomentar la realización del proyecto “Ecobici y ciclovías verdes”.
- Impulsar y fomentar la ejecución del proyecto denominado “Museo del ferrocarril y centro cultural en la antigua estación de Cuernavaca”.
- Centro de estudios e investigación sobre la Revolución Mexicana
- Impulsar y fomentar la realización de Parques Ecoturístico en las Barrancas de Cuernavaca.
- Impulsar la creación de un Programa de Policía Turística Municipal, y
- Promover y apoyar proyectos estratégicos y detonadores para el mejoramiento urbano e infraestructura y equipamiento de apoyo a zonas turísticas de Cuernavaca.

6. Seguridad Patrimonial y Física

Estrategia. Garantizar protección y vigilancia de la integridad física y patrimonial de los Cuernavacenses y de las personas que visitan el Municipio.

Líneas de acción:

- Desarrollar e implementar un Programa de Policía Turística municipal.
- Promover y concertar ante el Consejo Municipal de Seguridad Pública el servicio de una policía turística en el Destino de Cuernavaca.
- Fortalecer la coordinación interinstitucional de los tres ámbitos de Gobierno en la búsqueda de un esquema integral de seguridad, prevención y desarrollo armónico de la actividad turística en Cuernavaca.
- Promover la continua profesionalización policial turística.
- Modernizar la infraestructura y proveer el equipamiento necesario a los cuerpos policiales turísticos.
- Renovación del perfil operativo de la policía turística.
- Ampliar la capacidad de video vigilancia en las zonas turísticas de Cuernavaca.
- Mejorar la percepción de los elementos operativos por parte de la ciudadanía sobre todo de los turistas que nos visitan.
- Ampliar la presencia policiaca y de custodia en los principales nodos turísticos de Cuernavaca.
- Ampliar la cobertura de servicios de salud con calidad a los turistas locales, nacionales e internacionales.

7. Promoción y Comercialización

Estrategia. Lograr la promoción y comercialización turística en el ámbito local, regional, nacional e internacional, para potenciar los esfuerzos de todos los actores del sector.

Líneas de Acción:

- Diseñar e implantar un Plan Estratégico de Mercadotecnia Turística.
- Coadyuvar en el desarrollo de alianzas comerciales para convenios cooperativos con el CPTM y la Secretaría de Turismo Estatal.
- Diseñar una estrategia de medios que contemple el desarrollo de campañas de promoción y difusión impresa y digital, un sitio web oficial y promoción en redes sociales.
- Intensificar la promoción integral y comercialización estratégica de la marca, destinos y productos a nivel nacional y regional.
- Diseñar e implantar una estrategia de viajes de familiarización con prensa y tour operadores especializados.
- Ampliar la participación y promoción en ferias y eventos nacionales.
- Participar en conjunto con la Secretaría de Turismo Estatal, en el Tianguis Turístico organizado por la Sector Federal y el CPTM.

8. Gestión del Destino

Estrategia. Mejorar la coordinación interinstitucional y la transversalidad entre el sector público, privado y social para hacer un esfuerzo común que apoye y refuerce las iniciativas, políticas y proyectos del sector turístico en Cuernavaca.

- Crear el gabinete turístico municipal, a fin de alinear programas y recursos e incidir en el presupuesto de otras dependencias estatales, delegaciones federales, para actividades en favor del turismo (transversalidad del presupuesto municipal).
- Implementar planes de desarrollo urbano integrales por zonas turísticas prioritarias.
- Impulsar el Consejo Turístico Municipal, junto con los prestadores de servicios turísticos y dependencias estatales con acciones involucradas a turismo.
- Participar en la celebración de los Convenios de Coordinación para el Otorgamiento de un Subsidio, en materia de desarrollo turístico, que celebre la Secretaría de Turismo Federal con la Secretaría de Turismo Estatal.
- Impulsar la firma de convenios y acuerdos de colaboración con delegaciones federales y estatales en materia de turismo.
- Impulsar un Sistema de Información Estadística, de Análisis y Evaluación Turística.
- Gestionar y concertar la implementación de programas, proyectos y acciones en materia de turismo ante Comité de Planeación para el Desarrollo Municipal (COPLADEMUN).

9. Tecnologías de la Información y Comunicación e Información Turística

- Diseñar, desarrollar y operar un portal de internet del Destino de Cuernavaca.
- Promover el turismo de Cuernavaca en los destinos nacionales e internacionales a través de los sitios de Internet de las representaciones de México en el exterior.
- Mejorar la oportunidad y calidad de la atención al turista, a través de medios electrónicos, así como reforzar la verificación del comportamiento comercial y del cumplimiento de las NOMs aplicables para el sector.
- Difundir en Internet una base de datos con información turística estratégica (proyectos de inversión turística, inversión, flujos de turistas de Cuernavaca en el mundo y conectividad aérea, entre otros) para el fomento y promoción turística en el exterior.

MATRIZ DE COMPROMISOS

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLE	AVANCES
En materia de política a favor del turismo municipal			
Aprobación y Publicación de la Agenda de Competitividad Turística del Destino de Cuernavaca (ACDT)	Gestionar y concertar la publicación de la Agenda de Competitividad Turística en el Periódico Oficial Tierra y Libertad	Secretaria de Turismo Secretaria de Gobierno	Una vez que la Agenda sea revisada y aprobada por la Secretaria de Gobierno y la Subsecretaría de Planeación de la Secretaria de Hacienda del Gobierno del Estado de Morelos se gestionará la publicación de la ACDT
Agencia de Competitividad Turística de Cuernavaca	Gestionar la creación y operación de una Agencia de Competitividad Turística de la ACDT	Gobierno del Estado Secretario de Gobierno Secretaria de Hacienda Secretario de Turismo Presidente Municipal de Cuernavaca	En proceso
Cartera de proyectos de Cuernavaca 2014	Gestionar y concertar la aprobación de la ejecución de las obras contempladas en la ACDT ante el Presidente Municipal de Cuernavaca y el Cabildo	Secretaria de Turismo Presidente Municipal de Cuernavaca Cabildo	Se concertará una reunión para presentar la cartera de proyectos ante el Municipio de Cuernavaca para su visto bueno y aprobación
Convenio de Coordinación para el Otorgamiento de un Subsidio en Materia de Desarrollo Turístico 2014	Gestionar y concertar ante la SECTUR Federal que contemple en el convenio 2014 la cartera de proyectos derivadas de la ACDT	Gobierno del Estado de Morelos Secretario de Turismo	Se encuentra en proceso de elaboración la Carta de Intención de los proyectos a considerar en el convenio 2014 dirigida a la Secretaria de Turismo Federal

FIDECOMP	Elaborar los expedientes de la cartera de proyectos Cuernavaca 2014 para su entrega ante el FIDECOMP / Gestionar ante el Comité Técnico del Fideicomiso Ejecutivo del Fondo de Competitividad y Promoción del Empleo (FIDECOMP) la aprobación de los proyectos	Secretaria de Turismo Secretaria de Economía FIDECOMP	Se encuentra en proceso de integración de los expedientes técnicos y gestión de los recursos requeridos para la ejecución de las obras de Cuernavaca 2014
En materia de Planeación Turística			
Presentación Oficial de la ACTD Cuernavaca	Presentación de la ACTD Cuernavaca ante el Consejo Estatal de Turismo, el Consejo Consultivo de Turismo del Municipio de Cuernavaca y el Consejo Empresarial Turístico de Morelos (CETUR)	Secretaria de Turismo Consejo Empresaria de Turismo de Morelos (CETUR)	Programar las fechas de presentación
Estudio del Perfil del Visitante y Grado de Satisfacción del Turista al Destino de Cuernavaca	Elaborar un estudio del perfil de visitante a Cuernavaca, documento que permitirá monitorear la actividad turística	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Sistema de Información Turística del Destino de Cuernavaca	Recopilar e integrar una base de datos de las principales variables turísticas del Destino Turístico de Cuernavaca	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Estudios y diagnósticos estratégicos de los productos turísticos	Estudios estratégicos de los productos turísticos del Destino de Cuernavaca	Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso

del Destino de Cuernavaca			
En materia de Desarrollo de Productos Turísticos			
Desarrollo de productos del turismo de salud (spa y medicina tradicional)	Diseño y armado del producto de turismo de salud (articulación e integración de los atractivos, servicios y actividades)	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Impulsar y fomentar el Segmento de Bodas como producto estratégico	Diseñar, desarrollar e implementar esquemas de promoción y comercialización del Segmento de Bodas	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Impulsar el turismo de reuniones y negocios como producto estratégico	Diseñar, desarrollar e implementar esquemas de promoción y comercialización del Segmento de Bodas	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Desarrollo de productos de Turismo de Naturaleza	Diseñar y desarrollar acciones que impulsen y fomenten el turismo de naturaleza en Cuernavaca	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca Delegaciones Federales	En proceso
Desarrollo de productos de Turismo Cultural	Diseñar y desarrollar acciones que impulsen y fomenten el turismo cultural	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Impulsar y fomentar el Turismo Idiomatico (Escuelas de Español)	Participar en ferias y eventos internacionales Realizar caravanas promocionales en Estados	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo	En proceso

	Unidos y Canadá	Económico de Cuernavaca	
En materia de Promoción y Comercialización Turística			
Campaña de Promoción Turística	Desarrollar e implementar una campaña de promoción del Destino Cuernavaca en conjunto con los prestadores de servicios y el Ayuntamiento Municipal de Cuernavaca	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca CPTM FITUR	En proceso
Diseño de materiales promocionales digitales e impresos	Diseñar un paquete básico de material promocional del Destino de Cuernavaca	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca CPTM FITUR	En proceso
Esquemas y mecanismos de Comercialización Turística	Impulsar acciones de comercialización a través de desayunos venta en el Distrito Federal, diseño e impresión de catálogos y planeadores de viajes	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca Touroperadores Mayoristas FITUR	En proceso
Portal de Internet del Destino de Cuernavaca	Diseño, desarrollo y operación de un portal de internet con motor de reserva, línea telefónica y aplicaciones en redes sociales	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca Touroperadores Mayoristas FITUR	En proceso
En materia de Capacitación y Certificación Turística			

Diagnóstico de Capacitación Turística	Diagnosticar las necesidades y requerimiento de capacitación del Destino de Cuernavaca	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Programa Integral de Capacitación del Destino Cuernavaca	Implementar el Programa Integral de Capacitación del Destino de Cuernavaca	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Certificación Turística	Impulsar y fomentar acciones para incrementar el número de Distintivos H, M y Punto Limpio	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Formación de Guías turísticos especializados y locales	Impulsar la certificación de guías turísticos especializados y locales	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Cartilla Turística Infantil	Diseñar, desarrollar e imprimir la Cartilla Turística Infantil	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca DIF Estatal y Municipal	En proceso
En materia de Infraestructura y Equipamiento Turístico			
Proyecto del Centro Histórico de Cuernavaca (Primera Etapa)	Ejecución de la primera etapa de las obras del Centro Histórico de Cuernavaca	Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca FIDECOMP Secretaría de Obras Públicas	En proceso

		SECTUR Federal	
Señalización Turística de Cuernavaca (Primera Etapa)	Ejecución de la primera etapa de las obras de Señalización Turística de Cuernavaca	Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca FIDECOMP Secretaría de Obras Públicas SECTUR Federal	En proceso
Adquisición, instalación y operación de un Módulo de Información Turística (primera etapa)	Instalación de un Módulo de Información Turística en el Centro Histórico de Cuernavaca (primera etapa)	Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca FIDECOMP Secretaría de Obras Públicas SECTUR Federal	En proceso
Centro Cultural y de Convenciones de Teopanzolco Cuernavaca	Gestionar y concertar con el sector privado la construcción y operación del Centro de Convenciones en Teopanzolco	Gobierno del Estado de Morelos Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca Secretaría de Economía FIDECOMP Secretaría de Obras Públicas SECTUR Federal Iniciativa Privada Centro INAH Delegación Morelos	En proceso
En materia de Financiamiento Turístico			
Programa de Financiamiento al	Promover los esquemas y mecanismos de financiamiento	Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo	En proceso

Sector Turístico (PROFISTUR)	al sector turístico que ofrece PROFISTUR	Económico de Cuernavaca	
------------------------------	--	-------------------------	--

MATRIZ DE PROYECTOS

Proyecto	Descripción	Inversión – Costos Estimados	Impactos Esperados	Responsables y Calendario
1. Rehabilitación y mejoramiento del Centro Histórico de Cuernavaca (en etapas)	Mejoramiento y rescate de la imagen urbana y equipamiento turístico en sitios e inmuebles del centro histórico de Cuernavaca	\$400,000.00	Más de 2 mil comercios	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca
2. Centro Cultural y de Convenciones Teopanzolco	Construcción de un Centro Cultural y de Convenciones en Teopanzolco.	\$2,000,000,000.00	412 empresas relacionadas con el turismo	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca y la iniciativa privada
3. Señalización Turística Innovadora del Destino de Cuernavaca	Suministro y colocación de tableros de señalización vial turística	\$15,000,000.00	412 empresas relacionadas con el turismo	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca y la iniciativa privada
4. Iluminación Artística, Cultural y Turística de Bienes Inmuebles.	Iluminación artística, turística y cultural de sitios emblemáticos de arquitectura civil y religiosa del Centro Histórico de Cuernavaca.	\$40,000,000.00	412 empresas relacionadas con el turismo	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas, INAH y el Municipio de Cuernavaca
5. Ecobici y ciclovías	Construcción de ciclovías,	\$30,000,000.00	Más de 2 mil	Sector Federal, Sector

verdes.	trota vías y vialidades de baja velocidad sobre las principales arterias de Cuernavaca		comercios	Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca
6. Museo del ferrocarril y centro cultural en la antigua estación de Cuernavaca.	Rehabilitación y mejoramiento de la Antigua Estación del Tren de Cuernavaca	\$40,000,000.00	412 empresas relacionadas con el turismo	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca
7. Centro de estudios e investigación sobre la Revolución Mexicana	Adquisición, remodelación, rehabilitación y restauración del antiguo Hotel Moctezuma	100,000,000.00	Más de 2 mil comercios	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca
8. Parques Ecoturístico en las Barrancas de Cuernavaca.	Construcción de una parque Ecoturístico en las barrancas de Cuernavaca	\$15,000,000.00	412 empresas relacionadas con el turismo	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas, CONANP, SEMARNAT y el Municipio de Cuernavaca
9. Policía Turística Municipal	Adquisición de equipamiento de apoyo y capacitación de la policía turística municipal	\$25,000,000.00	412 empresas relacionadas con el turismo	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Seguridad Pública y el Municipio de Cuernavaca

PROPUESTA DE MEJORA REGULATORIA ESTATAL Y MUNICIPAL

Para elevar la eficiencia y la transparencia de la gestión gubernamental, el pasado 05 de agosto del 2013, el Municipio instaló el primer Comité Municipal para la Productividad y la Mejora Regulatoria en el país, con la finalidad de construir políticas públicas que sean incluyentes para beneficio de todos los sectores productivos y del mejoramiento del entorno para hacer negocios.

Morelos ocupa el cuarto lugar en el Ranking Estatal de Mejora Regulatoria, solo por debajo de las entidades federativas de Nuevo León, Colima y Sonora. En lo que respecta a la mejora regulatoria, del lugar 32, es decir el último del total de entidades federativas, hace cuatro años y el 15 durante el 2012, hoy Morelos ocupa el cuarto lugar y vamos por el primero". Se está trabajando para ser el primer estado del país que firme con los municipios la mejora regulatoria completa, para que los trámites se reduzcan al mínimo tiempo, "de tal manera que la inversión se de rápidamente en los 33 municipios de la entidad".

ESQUEMAS PARA FOMENTAR LA INVERSIÓN PÚBLICA Y PRIVADA

Para el desarrollo de las obras, programas, proyectos y acciones derivadas de la Agenda, se consideraron las siguientes fuentes alternativas de inversión y financiamiento:

- Inversión pública federal, estatal y municipal.
- Fondos institucionales para el mejoramiento y construcción de carreteras (SCT), mejoramiento urbano SEDESOL (Hábitat y Hábitat Turístico), SECTUR (Convenio de Reasignación de Recursos), FONATUR (Programa de calificación de proyectos de inversión).
- Esquema de asociación pública-privada para la prestación de servicios (SHCP), SCT (FONCA), Bonos de deuda.
- Banca de Desarrollo: BANOBRAS (FINFRA), BANCOMEXT, NAFIN, Financiera Rural.
- Banca Comercial.
- Fondos de Inversión.

Apoyos y Programas Federales

El Gobierno Federal ofrece programas y apoyos a través de las diferentes Secretarías de Estado y van encaminados al mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes, a través de acciones concretas como el mejoramiento de la infraestructura urbana, la creación de empleo a través de actividades productivas, apoyo y creación de unidades de salud para contrarrestar enfermedades, apoyos económicos y asesorías para los estados y municipios para la mejor distribución de recursos.

Programas y apoyos del Gobierno Federal para Municipios

Dependencia	Tipo de Apoyo
Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA)	Programa de Desarrollo Rural Alianza Contigo Fideicomiso de Riesgo Compartido
Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)	Programa 3x1 para Migrantes Programa HABITAT Programa Opciones Productivas Programa para el Desarrollo Local (Microrregiones) Programa de Empleo Temporal Programa del Fondo Nacional de Fomento a las Artesanías Centro comunitario de Aprendizaje (CCA) Dirección General de Desarrollo Urbano Regional Agroecología productiva Programa Opciones Productivas (POP) Programa de Rescate de Espacios Públicos

Programas y apoyos del Gobierno Federal para Municipios (Continuación)

Dependencia	Tipo de Apoyo
Secretaría de Economía (SE)	Fondo de Apoyo para la micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fondo PYME) Fondo Nacional de Apoyo para Empresas en Solidaridad (FONAES)
Secretaría de Hacienda	Fondo de Capitalización e Inversión del Sector Rural (FOCIR)
Secretaría de Educación Pública (SEP)	Programa de Becas para Madres Jóvenes y Jóvenes Embarazadas Programa de Educación Primaria para Niñas y Niños Migrantes Programa de Escuelas de Calidad
Secretaría de Gobernación (SEGOB)	Fondo de Desastres Naturales (FONDEN)
Secretaría de la Reforma Agraria (SRA)	Fondo de Apoyo a Proyectos Productivos en Núcleos Agrarios. Programa de la Mujer en el Sector Agrario.
Secretaría de Medio Ambiente y	Programa de Agua limpia

Recursos Naturales (SEMARNAT)	Construcción y rehabilitación de sistemas de Agua Potable y Saneamiento en Zonas Rurales Programa de Agua Potable, alcantarillado y saneamiento en Zonas Urbanas
Secretaría de Salud (SSA)	Programa Comunidades Saludables
BANOBRAS	Programa de Carreteras, Vialidades, Puentes y Obras de Urbanización Programa de Equipamiento e Imagen Urbana Programa de Infraestructura para Agua, Alcantarillado y Saneamiento. Programa para la Adquisición de Vehículos, Maquinaria y Equipo Programa para la Adquisición y Habilitación de Suelo Programa para la Mejora del Catastro y Registros Públicos de la Propiedad y del Comercio. Programa para la Recolección, Disposición y Tratamiento de Basura y de Residuos Industriales
Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP)	Programa de Empleo Temporal.
Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (CONADE)	Centros del Deporte Escolar y Municipal
Comisión Nacional del Agua (CNA)	Programas de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento Programa para la Construcción y Rehabilitación de Sistemas de Agua Potable y Saneamiento en Zonas Rurales
Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONCULTA)	Fondo de Apoyo a Comunidades para Restauración de Monumentos y Bienes Artísticos de Propiedad Federal (FOREMOBA) Programa de Apoyo a la Infraestructura Cultural de los Estados (PAICE) Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias (PACMYC) Programa de Desarrollo Cultural Municipal.
Comisión Nacional Forestal (CONAFOR)	- Programa de Manejo Sustentable de Ecosistemas de Montaña

Fuente: Elaborado por la UAEM con base en el documento “Programas Federales para Municipios, INAFED”.

RECOMENDACIONES PARA LA PLANEACIÓN, MOVILIDAD Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL

Derivado del análisis detallado del contexto en el que se desenvuelven actualmente el Municipio de Cuernavaca y los centros de población inmersos en la Zona Conurbada de Cuernavaca, y habiendo identificado la problemática común entre los municipios participantes, se cuenta con los elementos necesarios para hacer algunas recomendaciones en materia de planeación, movilidad y ordenamiento territorial que permitan orientar el crecimiento adecuado de Cuernavaca, y en su caso la corrección de aquellos fenómenos urbanos que se estén dando en forma desordenada.

En materia de planeación:

a) Fortalecer el Área de Desarrollo Urbano Municipal.

Para llevar a cabo las acciones en materia de planeación, seguimiento, control, evaluación y retroalimentación del desarrollo urbano es necesario que el Municipio cuente con los recursos humanos, técnicos y económicos suficientes y adecuados, así como con un área exclusiva en materia de Desarrollo Urbano encargada de las funciones que le confiere la Ley de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano Sustentable del Estado de Morelos.

En virtud de lo anterior, y con el propósito de fortalecer la administración urbana municipal, es recomendable que, en coordinación con el Gobierno del Estado, se realicen las siguientes acciones:

- Integrar el equipo local de planeación urbana;
- Capacitar al equipo local tanto en materia de planeación urbana como de regulación de los usos y destinos del suelo;
- Convenir con la Subsecretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda los términos bajo los cuales se capacitará al equipo técnico local, para que ejerza sus atribuciones en materia de planeación urbana y de regulación de los usos y destinos del suelo.

b) Creación del Instituto Municipal de Planeación.

El Ayuntamiento de Cuernavaca deberá de promover la creación de su respectivo Instituto Municipal de Planeación, como organismo público descentralizado de la administración pública municipal, con personalidad jurídica y patrimonio propio.

Cada Instituto deberá desempeñarse como instancia técnica del Ayuntamiento, para la planeación integral del territorio municipal, conformándose con las áreas o dependencias municipales responsables de las funciones de planeación urbana y, en su caso, las funciones de planeación socio-económica y ambiental, así como las responsables de los sistemas de información geográfico y estadístico.

En materia de Ordenamiento Territorial.

Con base al modelo de ordenamiento territorial del Programa de Ordenación de la Zona Conurbada Intermunicipal, en su Modalidad de Centro de Población de Cuernavaca, Emiliano Zapata, Jiutepec, Temixco y Xochitepec, elaborado por la UAEM, recomienda:

- Impulsar y el aprovechamiento de los recursos naturales ubicados en la zona norte, oriente y suroriente de la Zona Conurbada de Cuernavaca.
- Aprovecha la concentración de población, la infraestructura y el equipamiento para actividades propias del turismo.
- Aprovecha la actividad turística de manera formal en la región centro poniente a la cual pertenece la zona conurbada; la cual considera la unión de las regiones centro poniente y sur.
- Toma como base de su estrategia la red carretera como potencial de integración de los asentamientos humanos.
- El modelo proyecta contribuir a reducir el desequilibrio del desarrollo económico y social, equilibrando el aprovechamiento racional y la preservación del medio ambiente al integrar una adecuada ocupación física del espacio.
- Consolidar y diversificar la oferta turística existente
- Aprovechar el patrimonio histórico y cultural
- Consolidar la zona conurbada de Cuernavaca como la ciudad más importante del Estado
- Dotar de la infraestructura de comunicaciones y transporte acorde a las demandas de desarrollo económico.

Para orientar un crecimiento adecuado del municipio de Cuernavaca, y en su caso la corrección de aquellos fenómenos urbanos que se están dando en forma desordenada, se definieron algunas acciones para la Zona Conurbada en Cuernavaca, las cuales se basan en la regulación y ordenación del crecimiento urbano, mismas que se enuncian a continuación.

- a) Impulso: Acción orientada a canalizar recursos destinados al desarrollo urbano del destino para asegurar un efectivo estímulo a su crecimiento.
- b) Control y Regulación: Se refiere a zonas que por sus características de uso del suelo requieren de un control.
- c) Mejoramiento: Se refiere a la acción tendiente a reordenar y renovar el centro de población, mediante el adecuado aprovechamiento de sus elementos materiales. Será aplicable para mejorar las condiciones de bienestar de la población y resarcir los efectos negativos que el entorno natural y cultural han resentido. También se aplicará a las áreas carentes de servicios urbanos, equipamiento e infraestructura.
- d) Consolidación: Acción aplicable a centros de población que requieren, se racionalice el uso del agua y del suelo, optimizando la infraestructura y el equipamiento urbano.
- e) Conservación: Está orientada a mantener el buen estado de las obras materiales, de los edificios, monumentos, y en general de las áreas que constituyen acervos históricos y culturales, de manera puntual o zonalmente.
- f) Crecimiento: Esta acción atenderá el crecimiento de las localidades mediante la

determinación de las áreas necesarias para su expansión física.

En materia de Movilidad.

En base a la problemática vial detectada en el diagnóstico y a efecto de mejorar la articulación de la red vial en el Municipio de Cuernavaca y la Zona Conurbada y eficientar su operación, se recomienda el fortalecimiento de la infraestructura básica interurbana para lo cual se requiere la ejecución de diversas obras, así como la realización de acciones complementarias, mismas que se relacionan a continuación:

- Carreteras: ampliación, rehabilitación, mantenimiento y equipamiento de las vías de comunicación en el Municipio y de la Zona Conurbada de Cuernavaca.
- Caminos de penetración a zonas agrícolas: construcción o rehabilitación de los caminos de saca y vados en el Municipio y de la Zona Conurbada de Cuernavaca.

INSTRUMENTOS DE POLÍTICA TURÍSTICA

Aprobación y Publicación de la Agenda

Instrumentos Jurídicos

A continuación se enlistan los instrumentos jurídicos que darán validez jurídica a la Agenda de Competitividad del Destino Turístico de Cuernavaca, permitiendo su operación y función.

A Nivel Federal

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal
- Ley General de Planeación
- Ley General de Asentamientos Humanos
- Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente
- Ley General de Turismo
- Ley de Aguas Nacionales
- Ley General de Vida Silvestre
- Ley Agraria

A Nivel Estatal

- Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Morelos
- Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Morelos
- Ley Estatal de Planeación para el Estado de Morelos
- Ley de Ordenamiento Territorial y Asentamientos Humanos del Estado de Morelos
- Ley de Obra Pública y Servicios Relacionados con la Misma del Estado de Morelos

- Ley Orgánica Municipal del Estado de Morelos
- Ley de Desarrollo y Promoción al Turismo del Estado de Morelos
- Ley de Fomento Económico para el Estado de Morelos

Adecuación del Marco Jurídico

La Agenda de Competitividad del Destino Turística de Cuernavaca se ha realizado conforme a lo establecido en los instrumentos jurídicos de planeación tanto federales como estatales, sin embargo se considera llevar a cabo las siguientes acciones que permitan su validez legal.

- Se deberá adecuar o modificar los instrumentos jurídicos estatales y municipales necesarios, para regular los planes y programas de desarrollo, en donde se establezca la autoridad para llevar a cabo acuerdos y convenios en los distintos niveles de la administración pública, así como la existencia de acuerdo cooperativos con el sector privado.
- Se deberá realizar la actualización del Programa Municipal de Desarrollo Urbano, incorporando las propuestas que el presente programa señala para el territorio de Cuernavaca.
- Se deberá formular los reglamentos a nivel estatal y municipal que regulen la actividad turística y el desarrollo urbano de cada localidad así como aquellos que sean necesarios para regular la imagen urbana, construcciones, mobiliario urbano, zonificación y usos del suelo entre otros.

Proceso de Aprobación y Publicación

- Por ser una iniciativa de la Secretaría de Turismo del Estado, la realización de la Agenda, la propia Secretaría tendrá que llevar a cabo la presentación ante las dependencias necesarias y el ejecutivo.
- La Agenda deberá estar autorizado por el gobierno del estado y el gobierno municipal de Cuernavaca, y se aprobará de acuerdo a la Ley de Estatal de Planeación.
- La Agenda de Competitividad del Destino Turística de Cuernavaca, Estado de Morelos deberá ser publicado en el Periódico Oficial del Estado de Morelos y en los dos diarios de mayor circulación.

Para su publicación en el Periódico Oficial del Estado, se deberá cumplir con lo señalado en la Ley del Diario Oficial de la Federación y Gacetas Gubernamentales.

Trámites del Poder Legislativo, el Poder Judicial y el Poder Ejecutivo a través de sus dependencias u Organismos.

Requisitos:

- Escrito dirigido al Secretario de Gobierno y Director del Periódico Oficial, solicitando la publicación.
- Original y copia de documento a publicar en papel membretado, con sello, firma autógrafa y fecha de expedición del mismo; sin alteraciones
- C.D. o memoria "USB", que contenga la información a publicar en Word. (en caso de requerir la publicación con firma autógrafa, se deberá presentar escaneada)
- Realizar el pago de derechos de la publicación.
- El documento deberá presentarse en la Secretaría de Gobierno
- La copia del documento y el C.D., o memoria "USB", se entregará en las oficinas del Periódico Oficial ubicadas en Plaza de Armas número 3, 3er piso Despacho 302 Col. Centro, Cuernavaca Morelos, C.P. 62000 (entre correos de México y Telecom Telégrafos).
- En el caso de Organismos se deberá presentar original o copia certificada del Acta de Consejo debidamente firmada.

El costo se registrará por lo dispuesto por la Ley General de Hacienda, artículo 120, Fracción II en el cual se actualizará automáticamente en la medida que se incremente el salario mínimo vigente en la entidad.

Las Publicaciones se Programarán de la siguiente manera:

Los documentos que se reciban hasta el día viernes de cada semana, se publicarán el miércoles de la siguiente, siempre y cuando se cumpla con los requisitos establecidos en los Artículos 4, Fracciones I a las VIII, 16, 17, 20, 21, 23 del reglamento del Periódico Oficial del Estado de Morelos No. 4349, publicado el 15 de septiembre de 2004.

Seguimiento y evaluación de la Agenda

Para llevar a cabo el seguimiento y la evaluación del programa es necesario contar con una institución destinada a coordinar las acciones a seguir para su desarrollo, para tal caso se considera la conformación de una Agencia de Competitividad Turística para el Desarrollo de la Agenda quien funcionará como agente rector de planeación, coordinación, evolución y seguimiento del Programa en la zona de estudio.

Agencia de Competitividad Turística

El objetivo de la Agencia será atender al Municipio de Cuernavaca, de manera integral y ordenada, además de impulsar el desarrollo, habilitando reservas territoriales y actuando con base en este documento.

La Agencia pretenderá impulsar los proyectos estratégicos derivados del mismo, para el desarrollo del municipio.

La Agencia:

- Será gestora, promoviendo su desarrollo y facilitando la toma de decisiones. Impulsará y garantizará la continuidad de las acciones estratégicas.
- Promoverá mejores prácticas de los servicios públicos a través de Asociaciones Público-Privadas.
- Será un órgano que promueva la creación de asociaciones público-privadas, por proyecto, para la ejecución de las acciones estratégicas.

La Agencia deberá tener como integrantes a personalidades e instituciones del sector público, privado y social.

Los proyectos estratégicos que se pueden incorporar a la Agencia de Competitividad son:

- Proyectos de desarrollo, capacitación y certificación, promoción y comercialización turística.
- Redes de infraestructura.
- Equipamiento urbano y turístico.
- Manejo y disposición final de residuos sólidos.
- Zonas de crecimiento con calidad.
- Proyectos de desarrollo económico.

La creación de la Agencia se sustenta en el compromiso compartido de empresarios, prestadores de servicios turísticos y el sector público para planear, ordenar y dotar de las infraestructuras y equipamientos básicos que eleven la calidad turística y la competitividad del destino, y para sentar bases para que los sectores urbanos cuenten con la infraestructura básica que le permitan a la población vivir en condiciones adecuadas, así como contribuir al equilibrio ecológico.

Se propone la firma de un acuerdo entre gobierno y empresarios, en el que se comprometan a crear la Agencia y proporcionarle los medios para que pueda operar debidamente y cumplir con el fin para el que se crea.

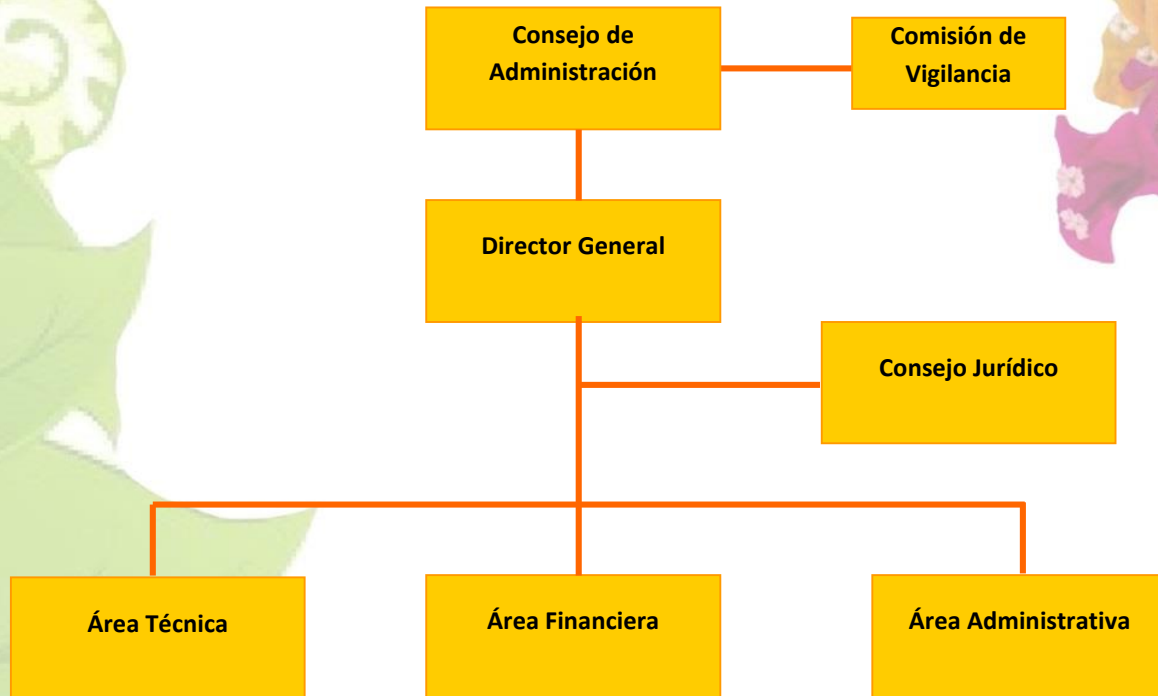
Para ello se estima que la agencia deberá contar con un presupuesto amplio para aplicarlo a los programas prioritarios de infraestructura primaria, apoyo a las localidades y/o zonas desarrollables para la atención de rezagos, la dotación de grandes equipamientos sociales y del mantenimiento de los sectores turísticos.

La Agencia deberá crearse como un organismo mixto, público privado, de nivel estatal, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, autonomía financiera y presupuestaria, con facultades de decisión, debidamente regulado por un cuerpo colegiado de administración y vigilancia en los que estén representados los sectores público y privado.

Estructura Orgánica

La agencia contaría con la siguiente estructura orgánica con sus respectivas atribuciones.

Estructura Orgánicas de la Agencia



La comisión de vigilancia tendrá entre sus atribuciones.

- Conocer y dictaminar los estados financieros de la agencia.
- Ordenar la práctica de todo tipo de auditorías a la agencia y a cualquiera de las promociones e inversiones que la agencia respalde.
- Realizar los estudios necesarios sobre la agencia, relacionados con su organización, funcionamiento y desempeño.

El consejo de administración tendrá entre otras las atribuciones de:

- Aprobación del plan de labores y de financiamiento así como el presupuesto
- Aprobación de reglamento interno
- Modificación y extinción de empresas donde la agencia participe como socio o dueño
- Gestión y coordinación de sus acciones y la realización de programas estratégicos con las dependencias y entidades de los tres niveles de gobierno con la participación de la comisión intersecretarial de turismo.

El consejo de administración quedará integrado por:

- El gobernador del estado, que lo presidirá y tendrá voto de calidad y derecho de voto.

- Igual número de consejeros del sector público (federal, estatal y municipal) y privado (asociaciones de hoteleros, desarrollos inmobiliarios, prestadores de servicios turísticos a través de sus propias cámaras consejos o asociaciones).

El director general será designado y removido por el consejo de administración, con base en un tema que presenten los consejeros del sector privado.

INSTRUMENTOS DE COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL

La demanda de recursos para el Comisionado de la Agenda de Competitividad del Destino Turístico Cuernavaca (ACDT) obliga a pensar en la coordinación interinstitucional como una necesidad eventual o esporádica, por lo cual es importante destacar la existencia de instancias y mecanismos para tal propósito, así como la posibilidad de mejorarlos o utilizarlos de una manera más intensa y eficaz.

Sin duda, el Comisionado de la Agenda, apoyado por el **Consejo Consultivo Estatal de Turismo**, con sus atribuciones, su conformación operativa abierta a los tres órdenes de gobierno y a las representaciones ciudadanas, así como la posibilidad que tiene para conformar consejos consultivos municipales, constituye un instrumento de gestión de incalculable valor y fuerza potencial, con todo y las naturales complejidades políticas que supone la concertación y coordinación en este medio. La posibilidad de formalizar y reglamentar su operación, representa, entonces, la oportunidad de contar con una visión programática de mediano plazo, que sirva de sustento real al proceso de decisiones de cada institución o sector en materia de desarrollo del Programa, disminuyendo en lo posible la dispersión de esfuerzos o la contraposición de los mismos.

El municipio en las sesiones del Consejo Consultivo Estatal de Turismo postulando estudios, planes, evaluaciones, programas, proyectos, acciones, obras de infraestructura y equipamiento cuando se traten asuntos de su jurisdicción, competencia e interés, así como para conocer de los avances físicos y financieros de los programas y proyectos ejecutados en el ámbito de su jurisdicción y competencia.

Las principales funciones del Consejo serán las siguientes:

- Determinar los criterios para la alineación de las propuestas con el Plan Nacional de Desarrollo, el Plan Estatal de Desarrollo, el Programa Estatal de Turismo, el Plan de Desarrollo Municipal, la Agenda de Competitividad del Destino Turístico de Cuernavaca y los programas de desarrollo urbano del ámbito estatal y municipal.
- Establecer los criterios para asignar prioridad y prelación a los planes, estudios, evaluaciones, acciones, programas, proyectos y obras de infraestructura y su equipamiento.
- Revisar que los planes, estudios, evaluaciones, acciones, programas, proyectos y obras de infraestructura se encuentren claramente delimitados y localizados dentro del perímetro urbano de la Zona Metropolitana.
- También revisará aquellos estudios, evaluaciones, acciones, programas, proyectos y obras de infraestructura y su equipamiento que se ubiquen en el espacio territorial de Cuernavaca.

Adicionalmente, desde la perspectiva particular de algunas de las instituciones involucradas, también es posible intensificar los procesos de consulta para asuntos particulares.

INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Fideicomiso Turismo Morelos (FITUR).

El impuesto Sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje tiene como finalidad la promoción turística del Estado; entendiéndose por tal la ejecución de programas cuyo objetivo sea dar a conocer a nivel regional, nacional e internacional, mostrando los atractivos y facilidades que el Estado de Morelos ofrece en el ámbito de negocios, social y de recreación, la promoción turística se hará conforme a los lineamientos que se determinarán en los citados programas, mismos que orientarán el destino de los recursos que se obtengan de la recaudación del mencionado impuesto y de la participación de la iniciativa privada para constituir el patrimonio del Fideicomiso, en el que se constituirá el Comité Técnico integrado por representantes de los sectores público y privado.

El Comité Técnico del Fideicomiso Turismo Morelos a que se refiere el párrafo que antecede, se conformará por un Presidente que será el Gobernador del Estado quién tendrá voto de calidad, siete representantes más del Poder Ejecutivo, seis miembros de la iniciativa privada que representen a todas las agrupaciones de prestadores de servicios de hospedaje y dos integrantes que representen a todas las agrupaciones de parques acuáticos y balnearios legalmente constituidas en el Estado de Morelos.

Este fideicomiso se denomina Fideicomiso Turismo Morelos quien se encargará de planear y conducir sus actividades con sujeción a los objetivos, estrategias y prioridades que se establezcan en el contrato de fideicomiso y a las disposiciones de su Comité Técnico, de manera tal que su quehacer se encamine al logro del objetivo para el que fue creado.

Los fines principales del Fideicomiso Turismo Morelos se enuncian a continuación:

- La realización de campañas de difusión y promoción turística a nivel Nacional e Internacional.
- La realización de estudios e investigaciones que apoyen a la toma de decisiones estratégicas en todo lo referente al comportamiento pasado, presente o futuro de la actividad turística del Estado de Morelos.
- La realización de obras físicas de infraestructura turística que el Comité Técnico determine.
- La prestación de servicios públicos o privados que estén directamente vinculados a la actividad turística en el Estado de Morelos.
- La prestación de servicios de información, apoyo y asistencia para los turistas en el Estado de Morelos.
- La promoción de los destinos turísticos de nuestro Estado, incluyendo la

implementación de los señalamientos de las rutas que permitan un mejor acceso a los mismos.

Se propone que el municipio de Cuernavaca, participe en las reuniones del Fideicomiso cuando los programas y proyectos que se presenten a la consideración del Comité Técnico, estén vinculados con su competencia y jurisdicción, en materia de promoción y comercialización turística del Destino de Cuernavaca.



Almenas de la barda atrial del conjunto de Catedral de Cuernavaca del siglo XVI, Patrimonio de la Humanidad.
Foto: MLG, 2013.

OBJETIVO DEL ESTUDIO

Objetivo General

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

Objetivos específicos

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

- Conocer en qué etapa de desarrollo está el destino turístico de Cuernavaca
- Conocer las potencialidades, debilidades, amenazas y oportunidades del destino turístico a través de un análisis FODA.
- Llevar a cabo una revisión de las condiciones económicas, sociales y ambientales utilizando la información cualitativa y cuantitativa; para destacar las estructuras y tendencias de desarrollo empresarial local, considerando el ámbito regional o estatal.
- Establecer sistemas de manejo de indicadores, para su futuro uso en trabajos de monitoreo y evaluación.
- Comparar a los destinos para generar un Tablero de control de gestión de destinos.



Interiores del Jardín Borda en el Centro histórico de Cuernavaca. Foto: MLG, 2013.

I. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL DESTINO DE CUERNAVACA.

Antecedentes

El desempeño del sector turístico del estado de Morelos, como el del resto del país, se encuentra determinado por un entorno nacional e internacional complejo que lo afecta e influye sobre su comportamiento y tendencias. Además, su inclusión dentro de la región centro del país lo ubica como parte de un conjunto de los estados de Hidalgo, Tlaxcala, Estado de México y Puebla, que también persiguen y orientan sus actividades hacia el principal mercado turístico del país: el Distrito Federal y en cierta medida el mercado internacional. Es el contexto, su análisis y monitoreo lo que completa la visión estratégica del desarrollo del sector turismo, ya que la actividad se da con una estrecha y condicionante relación del mercado.

En los últimos años, la planeación sectorial del turismo en México ha exigido la observación de los sucesos y tendencias del mercado internacional, para prevenir efectos y mejorar posicionamiento. El benchmarking de la competencia y las alianzas regionales juegan un rol determinante para elegir competencias, de allí que el rescate de la competitividad turística del país sea a su vez la de sus propios destinos.

El turismo en el mundo

El turismo es un importante fenómeno mundial y cuya importancia radica en que se ha revelado como una actividad de gran dinamismo económico y capacidad de recuperación, el ejemplo es que después de una década de altibajos por sucesos como las pandemias de influenza, fenómenos naturales y la crisis económica mundial de 2008, permitió un movimiento de **982 millones de llegadas de turistas** en todos los destinos mundiales, que significó un incremento de 4.38% en 2011 con respecto al año anterior. Las regiones de mayor captación de turismo Europa y Asia que aunque de manera moderada siguieron creciendo no obstante los efectos de la recesión.

En el cuadro siguiente se muestra la cuota de mercado por regiones de los turistas internacionales para el 2011. Durante ese año Europa fue la región con mayor cuota del mercado mundial, con alrededor del 51.29 por ciento del total, seguida por la región Asia-Pacífico con el 22.10 por ciento y las Américas con el 15.88 por ciento, mientras que el Oriente Medio y África presentaron una cuota del 5.64 y 5.11, respectivamente.

La demanda del turismo depende de manera directa de las condiciones de la economía particularmente de los mercados con mayor número de turistas. Cuando la economía crece, el nivel de ingreso disponible aumenta, por lo que una parte de este se gastará en turismo, y particularmente en las economías emergentes. Por otro lado, si la situación económica empeora entonces habrá una disminución en el gasto en turismo.

Llegada de Turistas Internacionales. (2000-2011p/)

Subregión	Millones de personas												Cuota de Mercado	Var. % 11/10
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011p/		
Mundo	673.4	687	707	694	761	799	842	898	917	882	939	982	100.00	4.38
Europa	384.8	395.8	407.4	407.113	424.4	440.5	461	482.9	485.2	461.6	474.7	503.7	51.29	5.76
Asia y el Pacífico	110.1	116.6	126.1	114.237	144.2	153.6	166	182	184.1	181.1	204.4	217	22.10	5.81
América	128.2	122.2	116.7	113.161	125.7	133.3	135.8	143.9	147.8	140.8	149.7	155.9	15.88	3.98
África	26.2	28.9	29.5	31.567	33.8	34.8	39.5	43.2	44.4	45.9	49.7	50.2	5.11	1.00
Medio Oriente	24.1	25	29.2	29.538	36.3	36.3	39.3	45.6	55.2	52.8	60.4	55.4	5.64	-9.03

Fuente: Secretaría de Turismo de Morelos con datos de la Organización Mundial de Turismo

Las tendencias resultantes de la crisis se muestran en la nueva forma de hacer turismo ya que ahora el turista busca destinos más cercanos; tiene estancias más cortas y es más cauteloso con su gasto ("Value for Money"), muestra modalidades de viaje en las que combina negocios y placer ("Bleisure"), hace uso de la conectividad web y tecnología móvil para la planeación de sus viajes, según lo reportado por la Organización Mundial de Turismo (OMT). Ello hará que los destinos que buscan mantenerse en la competencia lo tomen en cuenta para el diseño de sus nuevas estrategias y que cada país en la medida de su planeación siga atento a los cambios y tendencias que exigen cada vez más innovación para adaptarse a lo que el mercado pide.

El país que se ha mantenido en el primer lugar medido por llegadas de turistas durante los últimos años es Francia con una cifra de 79.5 millones de turistas, le sigue Estados Unidos con 62.3 millones de turistas, China ahora ocupa el tercer lugar con 57.6 millones de turistas. Turquía se ubica en la posición 6 con 29.3 millones de turistas, en los últimos años ha ganado 5 lugares.



Turistas nacionales y extranjeros en el centro histórico de Cuernavaca. Foto GGH, 2010.

En este contexto, México bajó al lugar 10 del ranking mundial al recibir 22.4 millones de turistas internacionales, pero bajó al lugar 23° en captación de ingresos con sólo 11,662 millones de dólares, lo que denota agotamiento de su modelo turístico como destino país y la necesidad de hacer competitiva su oferta y sortear la vulnerabilidad ante los efectos económicos del mercado norteamericano, como su principal proveedor de turismo.

A nivel mundial México continua 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, siendo rebasado por países como Malasia o Turquía; sin dejar de mencionar a los asiáticos con China como líder en este proceso.



Dibujos y croquis del Programa *Cuernavaca en Croquis* de la Facultad de Arquitectura de la UAEM, que promueve el arte, el turismo y la conservación del patrimonio en la ciudad y en el estado de Morelos, Croquis: FL, 2013.

Principales destinos turísticos en el mundo en función de la llegada de turistas, 2011/p

Lugar	País	Millones de Turistas
1	Francia	79.5
2	Estados Unidos	62.3
3	China	57.6
4	España	56.7
5	Italia	46.1
6	Turquía	29.3
7	Reino Unido	29.2
8	Alemania	28.4
9	Malasia	24.7
10	México	22.4

Fuente: Organización Mundial del Turismo, 2012

Principales destinos turísticos en el mundo en función de sus ingresos por turismo, 2011/p

Lugar	País	Miles de Millones de Dólares
1	Estados Unidos	116.3
2	España	59.9
3	Francia	53.8
4	China	48.5
5	Italia	43.0
6	Alemania	38.8
7	Reino Unido	35.9
8	Australia	31.4
9	Macao (China)	27.8
10	Hong Kong	27.2
11	Tailandia	26.3
12	Turquía	23.0
13	Austria	19.9
14	Malasia	18.3
15	Singapur	18.0
16	Suiza	17.6
17	India	17.5
18	Canadá	16.9
19	Grecia	14.6
20	Países Bajos	14.4
21	Suecia	13.9
22	Corea	12.3
23	México	11.7

Fuente: Organización Mundial del Turismo, 2012.

Es importante mencionar que países como Argentina, Brasil y Chile han crecido en este rubro y se preparan para competirle con mayores cuotas de turistas extranjeros; sobre todo en el mercado europeo.

El turismo en México

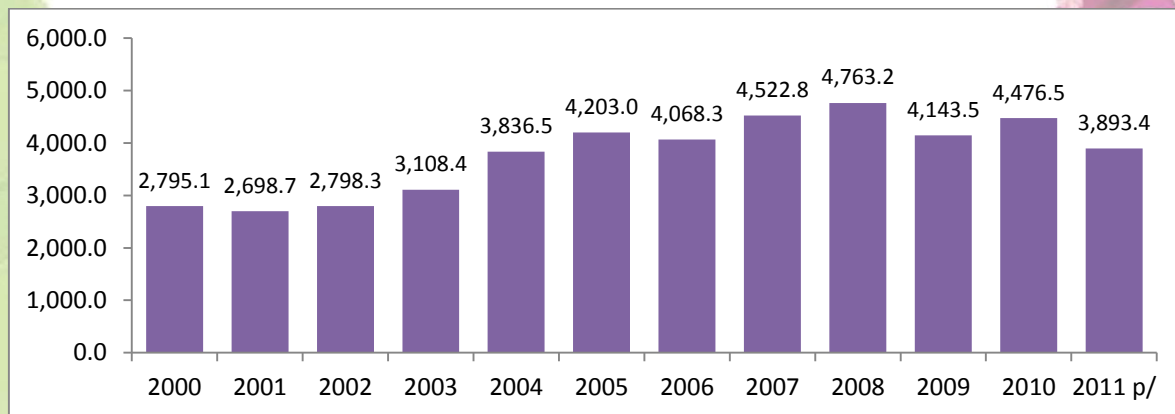
Importancia del turismo en la economía nacional

Los ingresos por visitantes internacionales en el año 2011 alcanzaron la cifra de 11,662 millones de dólares, 40.60% más que en 2000, colocándose como la tercera actividad económica del país en la captación de divisas, sólo después del petróleo y las manufacturas.

En los últimos 5 años, México obtuvo un superávit por encima de los 4,000 millones de dólares, totalizando en el período 2007-2011, un saldo favorable de más de 30 mil millones de dólares. En los 10 años anteriores a 2011, el saldo más alto fue de sólo 2,795 millones.

En virtud de la diversificación de las exportaciones mexicanas el turismo ha perdido peso relativo en la contribución de ingresos en la cuenta corriente de la balanza de pagos. Mientras en 1970 generaba más del 50% de dichos ingresos, en 2011 contribuyó con sólo el 2.9%.

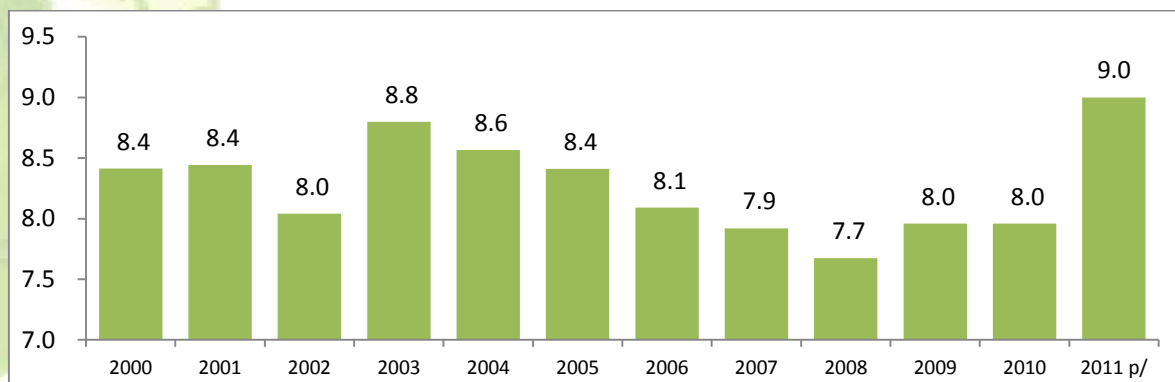
Saldo en la Balanza Turística, 2000-2011/p



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con datos del Compendio Estadístico del Turismo de México 2011/p, SECTUR Federal.

En relación a su participación en el PIB, el turismo es el sector más importante –después de la industria manufacturera-, contribuyendo con el 9 por ciento del PIB en el año 2011.

Participación del PIB turístico en el PIB total 2000-2011/p

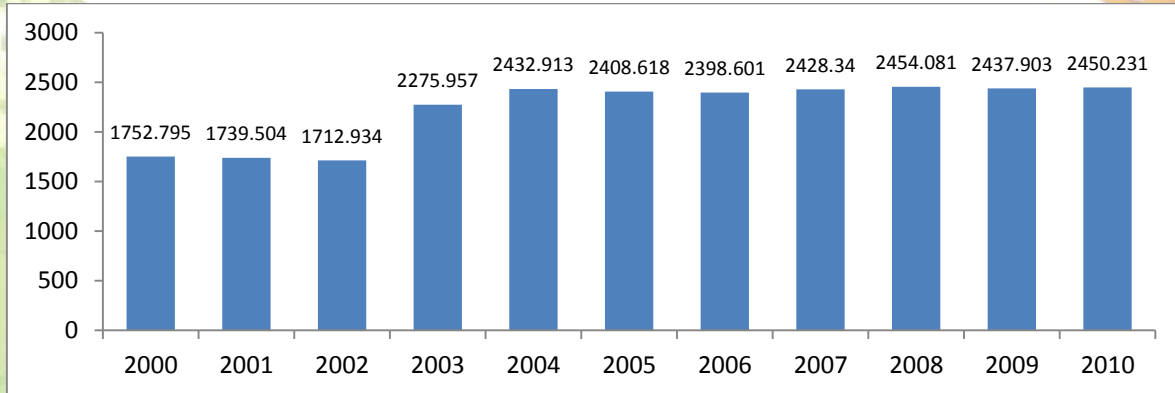


Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con datos del Compendio Estadístico del Turismo de México 2011/p, SECTUR Federal.

La importancia del turismo también se mide por el número de empleos. En México, de acuerdo con lo que señala la Cuenta Satélite de Turismo, la actividad turística ha significado en los últimos años una importante oportunidad de crecimiento económico y ha contribuido a elevar la calidad y el nivel de vida de sus habitantes. Según estimaciones del INEGI, durante el 2010, el turismo generó un total de 2,450,231 empleos, lo cual representa el 6.88 por ciento del total del personal ocupado. Sin duda, esta cifra podría

incrementarse si se mejoraran las políticas públicas de apoyo al turismo, y si en la realidad se le considerara una prioridad nacional.

Personal Ocupado en el Sector Turístico a nivel nacional (2000-2010) (Miles de personas)

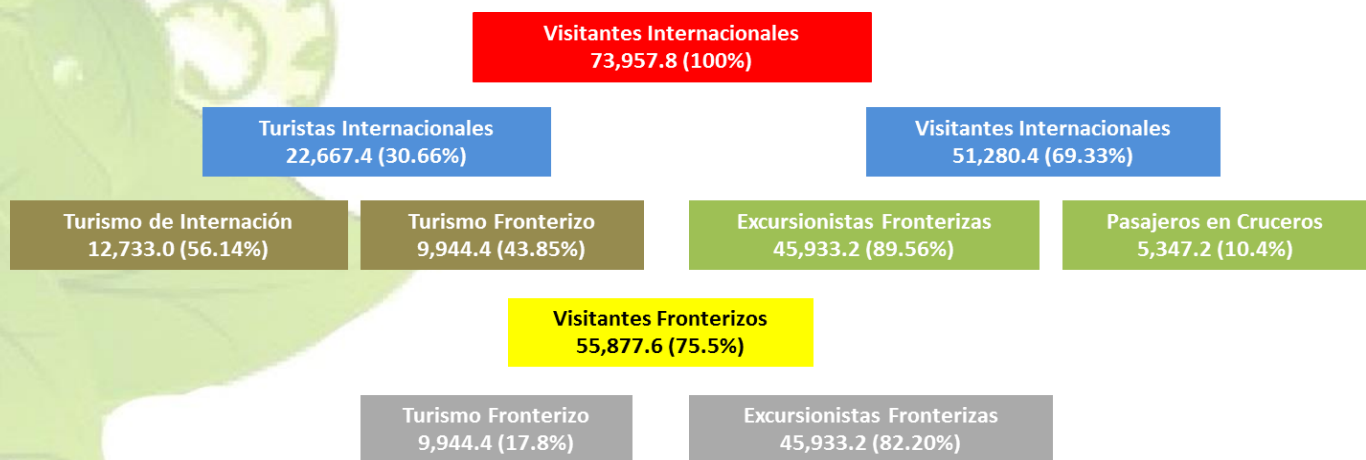


Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con datos del Compendio Estadístico del Turismo de México 2011/p, SECTUR Federal.

Una de las herramientas para analizar el sector turístico, es la balanza turística que nos indica el número de turistas internacionales que arriban a nuestro país en un período de tiempo. Además, nos muestra por cual vía acceden al país y si pernoctan o no en el país.

Para efectos de la evaluación del mercado turístico se presenta un análisis del comportamiento de los visitantes internacionales a México de acuerdo al esquema siguiente:

Análisis del comportamiento de visitantes internacionales a México



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con base en datos de Banxico. (2000-2011/p)

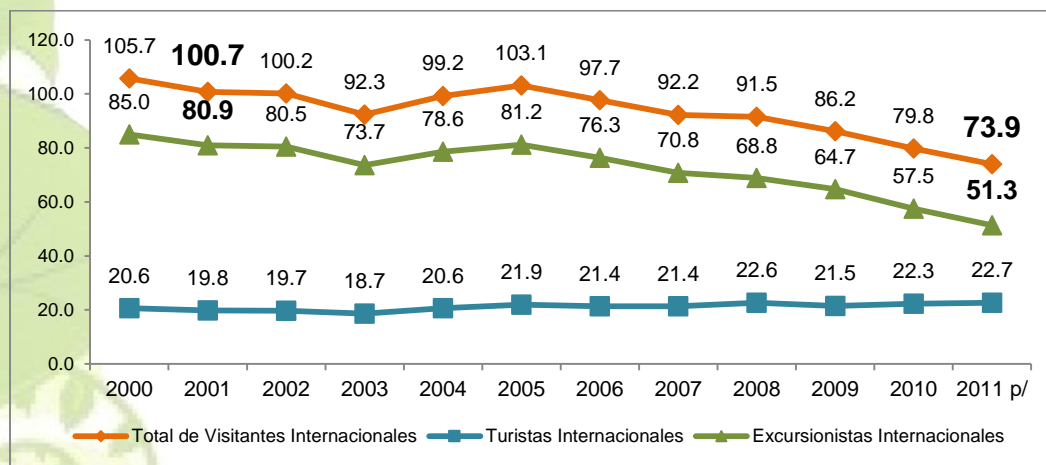
El volumen de llegadas de turistas internacionales al país en el año 2011 fue de 22,677.4 millones, equivalente a un **7.3% inferior** a lo alcanzado en el año anterior, de las cuales 12,733.0 millones correspondientes a turismo receptivo al interior y 9,944.4 millones al turismo fronterizo. Adicionalmente, se registraron 45,933.2 millones de excursiones fronterizas y se recibieron 5,347.2 millones de pasajeros en cruceros.

Visitantes Internacionales a México. (2000-2011p/)

Concepto	2000	2007	2008	2009	2010	2011 p/	Variación					TMCA
							07-08	08-09	09-10	10-11	00-11	
Visitantes Internacionales a México	105,673.4	92,179.5	91,462.2	86,189.0	79,765.9	73,957.8	0.8	-5.8	-7.5	-7.3	-42.9	-3.6
Turistas Internacionales	20,641.4	21,369.7	22,637.4	21,454.1	22,260.4	22,677.4	5.9	-5.2	3.8	1.9	9.0	0.9
Turistas de Internación	10,591.4	12,955.7	13,299.6	11,781.2	12,640.1	12,733.0	2.7	-11.4	7.3	0.7	16.8	1.8
Turistas Fronterizos	10,050.0	8,414.0	9,337.9	9,672.9	9,620.3	9,944.4	-11.0	3.6	-0.5	3.4	-1.1	-0.1
Excursionistas Internacionales	85,032.0	70,809.8	68,824.7	64,735.0	57,505.5	51,280.4	-2.8	-5.9	-11.2	-10.8	-65.8	-5.2
Excursionistas Fronterizos	81,565.0	63,995.0	62,393.8	59,045.0	51,218.7	45,933.2	-2.5	-5.4	-13.3	-10.3	-77.6	-5.9
Pasajeros en Crucero	3,467.0	6,814.8	6,430.9	5,689.9	6,286.8	5,347.2	5.6	-11.5	10.5	-14.9	35.2	4.2

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con datos de Banxico. (2000-2011/p)

Evolución de los Visitantes Internacionales a México. (2000-2011p/)

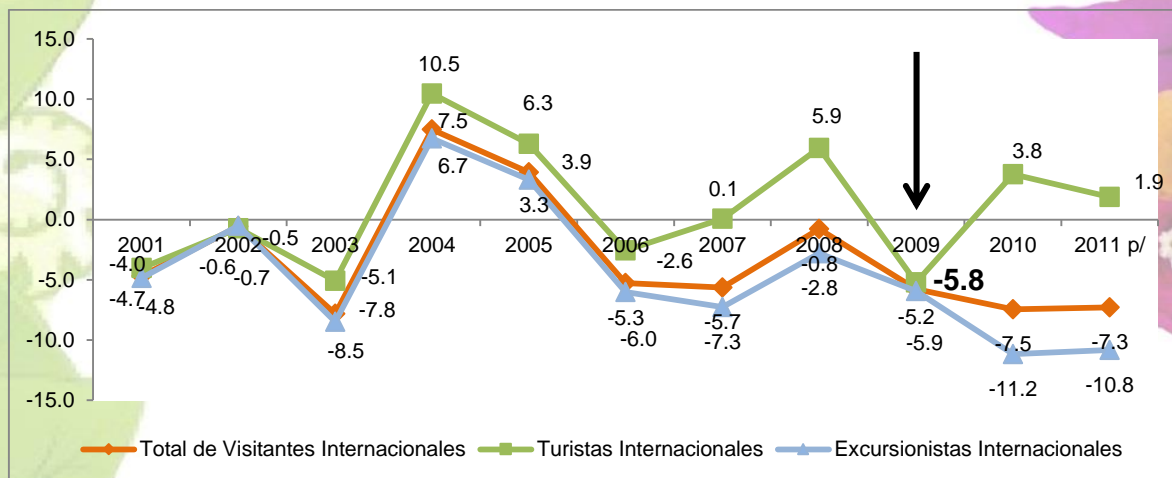


Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con datos de Banxico. (2000-2011/p)

A partir del 2001 los flujos de visitantes internacionales a México han registrado una tendencia decreciente. En ese año las corrientes turísticas que llegaron al país alcanzaron los 100.7 millones, pero en los siguientes años este flujo fue disminuyendo hasta llegar a los 73.9 millones de visitantes en el 2011.

Sólo durante el 2005 se experimentó un ligero repunte en el flujo de visitantes, para continuar de nuevo con el mismo patrón descendente, mismo que se agudizó del 2009, año en el que se observó una pérdida del volumen del 5.8%.

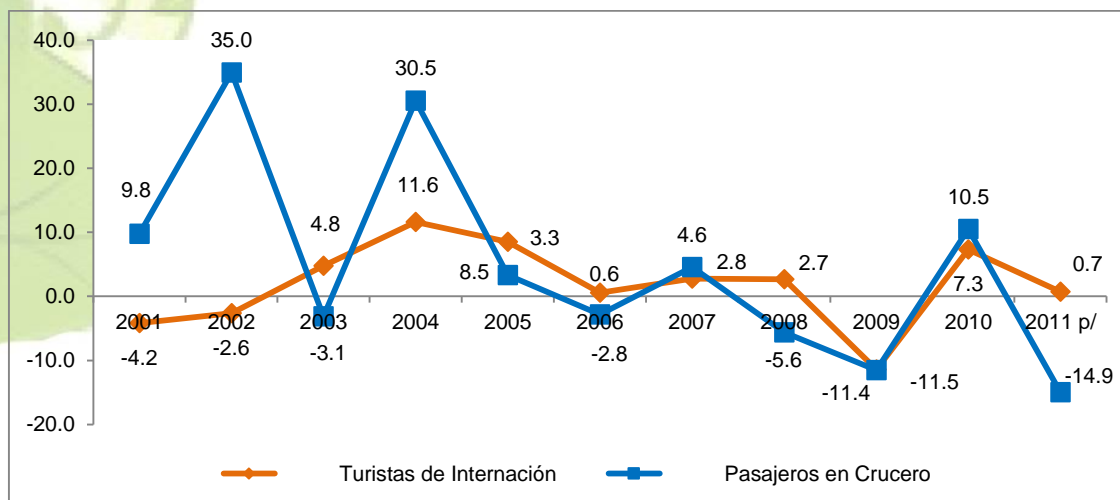
Visitantes Internacionales a México. (2000-2011p) (Porcentajes de Variación)



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con datos de Banxico. (2000-2011/p)

Del total de visitantes que recibió México en el año 2011, el 75.5% (55.8 millones) se concentró en la región de la Frontera Norte, mientras que el 24.4% (18.0 millones) restante tuvieron como destino el resto del país. Entre los 55.8 millones de visitantes internacionales que en ese año llegaron a la frontera, el 17.7% (9.9 millones) fueron turistas y el restante 82.2% (45.9 millones) excursionistas. Para el período 2000-2011, la Tasa Media Anual de Crecimiento (TMAC) registrada por los visitantes internacionales decreció a un ritmo del 3.6% anual. La comparación en tasas de crecimiento por llegadas de turistas internacionales a México, revela que el flujo de visitantes ha sido decreciente. Solamente en el caso del turismo de internación o receptivo y los pasajeros en crucero presentaron TMAC positivas, siendo de 1.8% para el primero y de 4.2% para el último.

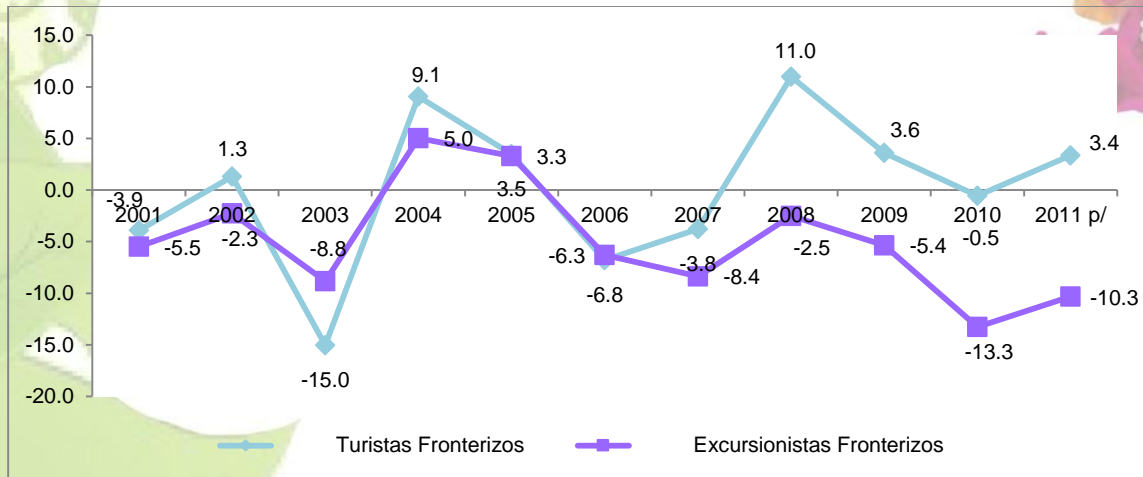
Visitantes de Turistas Internacionales (Turistas de Internación y Cruceros) Porcentajes de Variación



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo Federal con datos de Banxico. (2000-2011/p)

Desafortunadamente, los visitantes a la frontera fueron los que experimentaron TMAC negativas, los turistas decrecieron en un 0.1% anual y en el caso de los excursionistas fue más drástico, con un 5.9%.

**Visitantes de Turistas Internacionales
(Turistas fronterizos y Excursionistas fronterizos)
Porcentajes de Variación
(2000-2011p/)**



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo de México. (2000-2011/p)

Turismo receptivo

De los 12,733.0 millones de turistas receptivos, el 82.3% procedió de Estados Unidos, destacando especialmente aquellos provenientes de California y Texas, los que en conjunto representan el 31% del mercado estadounidense.

Las llegadas provenientes de Canadá significaron el 5%, las de Europa el 3.8% y las de América Latina el 1.8%, en tanto que las de otros lugares fueron el 2.7%. En virtud de las limitaciones existentes en el registro y control de los viajeros internacionales se desconocen algunas precisiones sobre los mercados emisores europeos y latinoamericanos, y aunque se sabe que los cinco principales países emisores europeos para México son: Alemania, España, Francia, Reino Unido e Italia y de Latinoamérica, Brasil y Argentina.

Por lo que hace a la modalidad de acceso, el 84.15% de las llegadas se realizaron por vía aérea y el 15.85% restante vía terrestre. El 65.25% tuvo como principal motivo de viaje el placer, el 20.92% las visitas a familiares y el 6.33% los negocios. En cuanto a la nacionalidad, el 81.2% de este tipo de turistas fueron extranjeros.

México se ha posicionado como un destino de turismo principalmente receptivo, y no de turismo fronterizo. El turismo receptivo al interior del país recibe una especial atención en el marco de la política turística, debido a que muestra un más alto gasto y mayor estadía, y porque capta ahorro externo.

Ingresos por visitantes internacionales

Durante el año 2011 ingresaron al país 11,662.9 millones de dólares por concepto de visitantes internacionales, de los cuales 83.7% (9,760.2 millones de dólares) se debió al gasto generado por visitantes cuyo destino fue el interior del país y el restante 16.3% (1,902.7 millones de dólares), corresponde a los visitantes de la región Frontera Norte. La mayor parte de los ingresos generados por los visitantes internacionales a la frontera norte fueron de los excursionistas, quienes aportaron el 71.1% (1,353.1 millones de dólares de estos ingresos y el restante 28.89% fue generado por turistas (549.6 millones).

Gasto de Visitantes Internacionales a México (2000-2011p/)

Concepto	2000	2007	2008	2009	2010	2011 p/	Variación					TMCA
							07-08	08-09	09-10	10-11	00-11	
Visitantes Internacionales a México	8,294.2	12,851.8	13,289.0	11,275.2	11,759.9	11,662.9	3.4	-15.2	4.3	-0.8	28.9	3.4
Turistas Internacionales	6,435.4	10,340.1	10,817.0	9,221.2	9,782.0	9,825.9	4.6	-14.8	6.1	0.4	34.5	4.1
Turistas de Internación	5,816.2	9,716.5	10,115.8	8,623.9	9,245.1	9,276.4	4.1	-14.7	7.2	0.3	37.3	4.6
Turistas Fronterizos	619.2	623.6	701.3	597.3	536.9	549.6	12.5	-14.8	-10.1	2.4	-12.7	-1.2
Excursionistas Internacionales	1,858.8	2,511.7	2,472.0	2,054.0	1,978.0	1,836.9	-1.6	-16.9	-3.7	-7.1	-1.2	-0.1
Excursionistas Fronterizos	1,657.7	2,023.9	1,993.8	1,601.3	1,433.3	1,353.1	-1.5	-19.7	-10.5	-5.6	-22.5	-2.1
Pasajeros en Crucero	201.1	487.8	478.2	452.7	544.6	483.8	-2.0	-5.3	20.3	-11.2	58.4	8.4

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos con base en datos de la SECTUR Federal. (2000-2011/p)

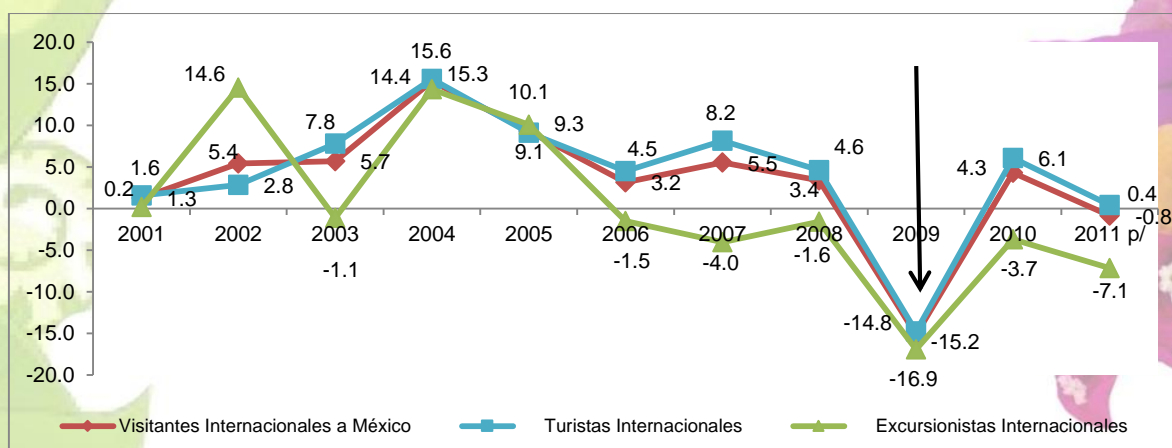
A diferencia del volumen de visitantes que ha registrado una tendencia negativa en los últimos años, lo que se refiere a la captación de divisas por concepto de visitantes internacionales ha mostrado un patrón de crecimiento constante durante el período 2000-2011, siendo de 40.61% el aumento experimentado en el gasto. Lo anterior está asociado con un incremento en el gasto derogado por los turistas de internación, quienes incrementaron su gasto en un 59.4% durante ese lapso, pasando de 5,816.17 a 9,276.3 millones de dólares. Mientras los turistas fronterizos sólo disminuyó su gasto en un 11.2% en el mismo período analizado.

Sólo durante en el 2009 se experimentó una importe disminución en el gasto de los visitantes internacionales, experimentando variaciones altamente bajas de hasta 16.9%.

El gasto medio del turismo receptivo es de 728.5 dólares, el fronterizo de 55.3 dólares, los excursionistas fronterizos 29.5 dólares y el de los pasajeros en cruceros 90.4.

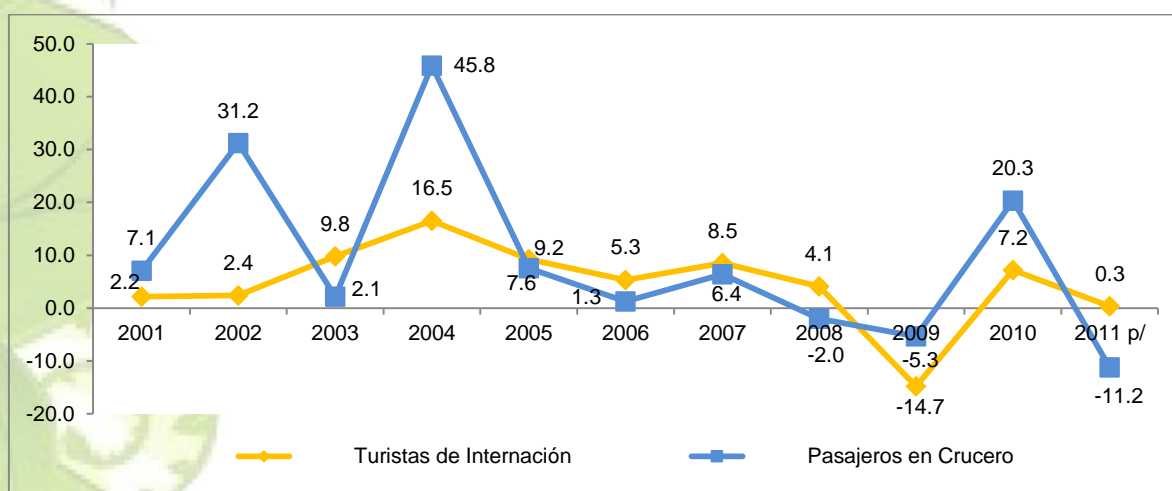
El gasto promedio de los turistas internacionales al país durante 2011 fue de 484.9 dólares, lo que significan 6.1 dólares menos que los obtenidos el año anterior.

Gasto de los Visitantes Internacionales a México, 2000-2011/p



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con datos de Banxico. (2000-2011/p)

Gasto de los Visitantes Internacionales a México (Turistas de Internación-Pasajeros en Crucero), 2000-2011/p, Porcentaje de Variación

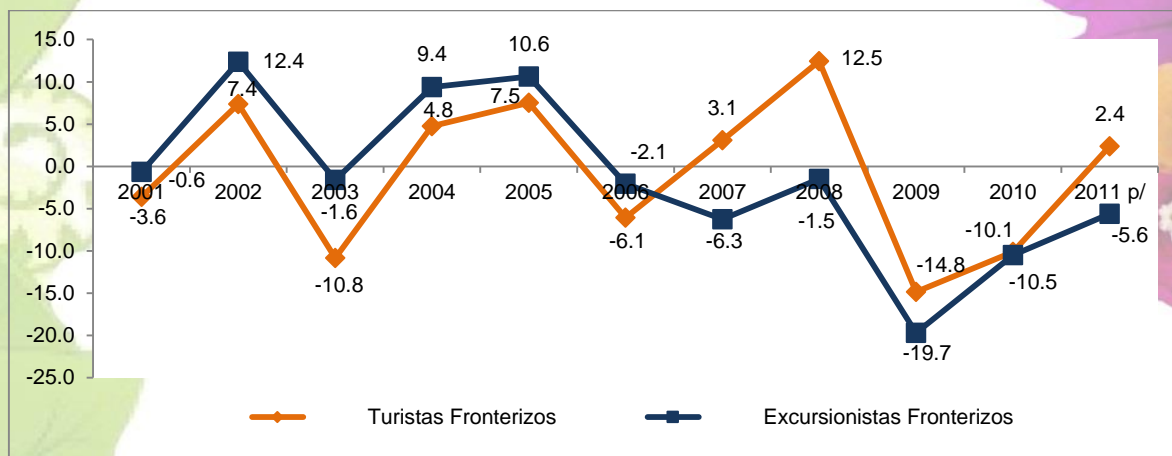


Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con base en datos de Banxico. (2000- 2011/p)

Mientras que los turistas fronterizos presentaron un gasto promedio de 55.3 dólares, quienes se internaron al país derogaron 728.5 dólares. Tanto el gasto promedio por visitante en la frontera como el de internación han ido disminuyendo.

El hecho de que el gasto generado por el turismo de internación sea 13 veces superior al del turismo fronterizo, se debe sin duda a mayores gastos ocasionados por la distancia que se recorre, lo que requiere de una mayor estancia en el lugar visitado que seguramente se justifica por una mejor y más variada oferta de servicios y actividades que existen en otras regiones turísticamente consolidadas del país, que cuentan con mayor equipamiento e infraestructura turística y urbana, además de una mayor oferta cultural, arquitectónica y natural.

Gasto de los Visitantes Internacionales a México (Turistas Fronterizos-Excursionistas Fronterizos), Porcentaje de Variación



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos de Banxico (2000-2011/p)

Actualmente con respecto al origen de los turistas internacionales se identifica de nuevo que el 82.3% proviene de California y Texas, mientras que las llegadas de Canadá son de apenas el 5%, las de Europa el 3.8% y las de América Latina el 1.8%. Seguimos captando nuestros mayores números de turistas de los estados del sur de estados unidos que se internan al centro del país y sus principales destinos en costas, tenemos la misma dependencia del mercado americano sin lograr abrir más mercados o lograr atraer a turismo de larga distancia, lo que indica que la advertencia de buscar nuevos clientes no debe soslayarse.

Estos referentes deben sin embargo tomarse con precaución pues pese a todos los esfuerzos realizados por el gobierno federal para impulsar la actividad, la dinámica que muestran las series históricas en los principales indicadores de monitoreo, es que está perdiendo competitividad y da signos de ser un destino dependiente y sujeto a los vaivenes de su mercado natural, Estados Unidos.

Como muestra de ello cabe señalar que si se hace una lectura de la última década, las llegadas de visitantes internacionales a México en volumen han ido disminuyendo constantemente, esto no se percata cuando se menciona el crecimiento de un año con otro de las llegadas internacionales pero si vemos el comportamiento de los números que registran que desde el año 2000 teníamos más llegadas de visitantes internacionales que hoy pues se recibía 105.7 millones contra los 73.9 que se registraron en 2011 . Como consecuencia de contar diferencias de un año con otro no se da importancia a una pérdida de 31 millones de visitantes que se han perdido y que no han vuelto.

Este gran volumen de pérdida de visitas en su mayoría se le carga a los clasificados como visitantes fronterizos que no pernoctan, revelando que nuestra frontera norte no está brindando alternativas para su retención, inducción a gasto o estadía. Quizá el modelo seguido de las décadas anteriores ya no está resultando para unos turistas que busca nuevos productos y experiencias.

Turismo egresivo

Normalmente cuando se recuperan las condiciones económicas de un país se incrementa el número y el gasto que viaja al exterior. México no ha sido la excepción en esta tendencia, por lo que se han observado crecimientos importantes. En el año 2011 salieron del país 14,656.1 millones de turistas internacionales que gastaron 4,952 millones de dólares, cifra que equivale al doble del registro en el 2000 por el mismo concepto, 2,444.9 millones de dólares.

El turismo egresivo, es decir los residentes en el país que pernoctan en el extranjero, sin incluir los turistas fronterizos, con 10,057.3 millones representó, en el 2011, el 68% del volumen de salidas y el 93.5% del gasto realizado.

Turismo nacional

Aunque no existe duda sobre la trascendencia y el peso específico del turismo doméstico en la economía, no se cuenta con un procedimiento estadístico sistematizado para cuantificar su volumen y principales características.

La última estimación confiable realizada a partir de la Encuesta Nacional de Trismo en Hogares INEGI-SECTUR, supondría que el número total de viajes con pernocta con fines turístico, realizados por los residentes en el país dentro del propio territorio, se situaría entre 150 y 160 millones.

De acuerdo con el Sistema de Información Turística Estatal (SITE), durante el año 2000 se registraron 46.9 millones de llegadas de turistas nacionales a establecimiento hoteleros de calidad turística, los que tuvieron una estadía promedio de 1.99 días. En el 2009 y 2010 se registraron 136.8 millones y 161 millones de llegadas de turistas nacionales, con un crecimiento del 17%.

Actualmente, el turismo interno sigue siendo mayoritario con 165.5 millones de viajes al año México tiene un mercado propio muy grande que gasta en 62.0 millones de pernoctas, constata que el turismo doméstico debe ser atendido con estrategias muy agresivas para dinamizar la economía regional y que este gran volumen de mexicanos que buscan descanso, recreación y disfrute de las riquezas del país sea el objetivo principal para compensar con mejores políticas, planes, estrategias, inversión, etc.

La realidad es que el país es un destino para nacionales, aunque compita en el ranking mundial, lo que explica que menos de un tercio de sus destinos sean para turismo extranjero. (Quintana Roo, Baja California Sur, y otros)

Los principales estados emisores de turistas domésticos siguen siendo las grandes ciudades, esto es, Distrito Federal, Jalisco, Estado de México, Guanajuato, Veracruz y Nuevo León, y su principal motivo de viaje es el de vacaciones y recreación, seguido del de visita a familiares y amigos y solo en un 4% a congresos convenciones y exposiciones.

La competencia de Morelos en la Región Centro País

La región centro país está integrada por los estados de México, Hidalgo, Tlaxcala, Querétaro, Puebla, el Distrito Federal y Morelos. Estas siete entidades que conforman esta región son un mosaico de riquezas naturales, históricas y culturales, que la convierten en una **región multidestino**.

Su potencialidad radica en zonas arqueológicas, monumentos nacionales, parques nacionales, ecosistemas y biodiversidad, infraestructura, artesanías, música, folklore, factor étnico y la concentración de estos recursos turísticamente aprovechables con ventaja competitiva en radios de fácil acceso e interconexión, las distingue de otras regiones turísticas con las que cuenta el país.

Según estimaciones, a nivel nacional se calcula que la región contribuye con el **29% del total de la planta de empleo** de la rama 63, alrededor de 190 mil empleos directos y de 114 mil indirectos.

En materia de derrama económica, se estima que los ingresos recibidos por visitantes nacionales y extranjeros ascienden a **13 mil millones de pesos**, es decir, el **15% del total nacional**.

En 2012, la región centro país representó el **36% del Producto Interno Bruto** de la rama 63 (Restaurantes y hoteles).

Demanda Turística de la Región Centro País

Para el 2012, la región centro país participó con el **24.6% de la afluencia turística nacional** de los centros turísticos seleccionados, compuesta por 87% de visitantes nacionales y 13% visitantes extranjeros.

Llegada de Turistas a nivel nacional y región centro país. 2012

Estado	Llegada de Turistas					
	Total	%	Nacionales	%	Extranjeros	%
Nacional	90,411,004	100	74,957,231	83	15,453,773	17
Región Centro País	22,228,861	24.59	19,260,672	87	2,968,188	13
Distrito Federal	11,859,457	13.1	9,662,201	81	2,197,256	19
Puebla	2,854,943	3.2	2,553,158	89	301,785	11
Estado de México	2,606,734	2.9	2,351,125	90	255,609	10
Hidalgo	1,798,323	2.0	1,786,875	99	11,448	1
Morelos	1,304,322	1.4	1,190,550	91	113,773	9
Querétaro	1,513,352	1.7	1,432,375	95	80,977	5
Tlaxcala	291,730	0.3	284,389	97	7,341	3

2012 p/ Datos preliminares

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México 2012 p/, SECTUR Federal.

Perfil del Visitante de la Región Centro País

La región centro país depende principalmente del mercado nacional, ya que a excepción del Distrito Federal, durante el 2012, el 95% de la actividad hotelera en los centros turísticos seleccionados de la región se sostuvo con el mercado interno.

El visitante a la región es muy variado. En el caso del visitante extranjero, el visitante de Estados Unidos es el más significativo.

La composición por sexo del visitante a la región no es equilibrada, ya que el 57% corresponde a los hombres y el otro 44% a las mujeres.

En cuanto a los grupos de edad, tiene una estructura de edad variada, ya que el 38% de los visitantes son adultos, 35% jóvenes y 27% niños.

El principal motivo de viaje es el de visita vacaciones o recreo, ya que actualmente es la principal demanda turística de la región. Este último, ha sido el patrón del turismo receptivo reciente, representan el 53% de la afluencia turística total.

Cabe señalar, que este tipo de turista no requiere de hospedaje en la región, quedándose en su gran mayoría con amigos y familiares. Este tipo de turista está interesado en nuestros atractivos turísticos y principalmente es turista doméstico. El segundo motivo más importante es el turismo de visitantes a parientes o amigos. Participa con el 16% de la afluencia total. Otro motivo relevante que demanda la región es el turismo de negocios, no obstante, de utilizar la infraestructura hotelera, en su estadía no visitan centros turísticos, concentran sus actividades en su trabajo de negocios. Representa al 14% de los visitantes totales a la región. En promedio, el visitante a la región dedica de 3 a 4 noches, destacando que los extranjeros en el Distrito Federal duplican en promedio el número de noches de estancia.

Por otro lado, la publicidad de boca a boca es muy importante en el visitante, razón por la cual hay que enfatizar la calidad y satisfacción de los que vienen a esta región. El 52% de los visitantes realizan su viaje en familia. Sólo el 15% de los visitantes utiliza los servicios de un tour para su visita.

En lo que respecta a la accesibilidad, la región cuenta con una extensa red y excelentes vías que lo interrelacionan y comunican con las entidades vecinas de la región, asimismo cuenta con un aeropuerto internacional, el cual se encuentra actualmente sobreutilizado, sin embargo, el principal medio de acceso del visitante a la ciudad es por autobús, mientras que el avión es mucho más utilizado por turistas extranjeros.



Turistas en las barrancas de Cuernavaca en el centro histórico. Foto: GGH, 2011.

Oferta Turística de la Región Centro País

La región cuenta con una planta hotelera de categoría turística que garantiza una estancia agradable al visitante. Para el 2012, la región registró 3,276 establecimientos de hospedaje, es decir, concentra el 18.5% de la oferta total a nivel nacional, del cual el 20.8% correspondió al Estado de México. De la planta hotelera instalada en toda la región, Morelos con sus 417 hoteles y 9,185 cuartos es el quinto destino solo superando a Querétaro y Tlaxcala en hoteles pero el penúltimo en número de cuartos. Se coloca entonces con una cuota del casi 12.7% de la oferta total de la región centro país.

Porcentaje de participación en Establecimientos de Hospedaje a nivel nacional y región centro país. (2012 p/)

Estado	No. Hoteles	% participación Nacional	% participación RCP
Nacional	17,669	100.0	
Región Centro País	3,276	18.5	100.0
Estado de México	682	3.9	20.8
Distrito Federal	603	3.4	18.4
Puebla	552	3.1	16.8
Hidalgo	501	2.8	15.3
Morelos	417	2.4	12.7
Querétaro	309	1.7	9.4
Tlaxcala	212	1.2	6.5

2012 p/ Datos preliminares

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México 2012, SECTUR Federal.

Porcentaje de participación en cuartos a nivel nacional y región centro país (2012 p/)

Estado	No. de Cuartos	% participación Nacional	% participación RCP
Nacional	660,546	100.0	
Región Centro País	122,887	18.6	100.0
Distrito Federal	49,194	7.4	40.0
Estado de México	23,570	3.6	19.2
Puebla	16,576	2.5	13.5
Querétaro	10,810	1.6	8.8
Hidalgo	9,743	1.5	7.9
Morelos	9,185	1.4	7.5
Tlaxcala	3,809	0.6	3.1

2012 p/ Datos preliminares

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México 2012, SECTUR Federal.

En materia de cuartos, la región participa con el 18.6% en cuartos a nivel país, correspondiendo el 40% al Distrito Federal.

La oferta hotelera que presentan los destinos comparativos de la región ha tenido una evolución diferente y significativa; durante el periodo del 2000 al 2012 se observa un crecimiento muy superior en el número de establecimientos de hospedaje del Estado de Hidalgo y Tlaxcala con respecto a las entidades de la región centro.

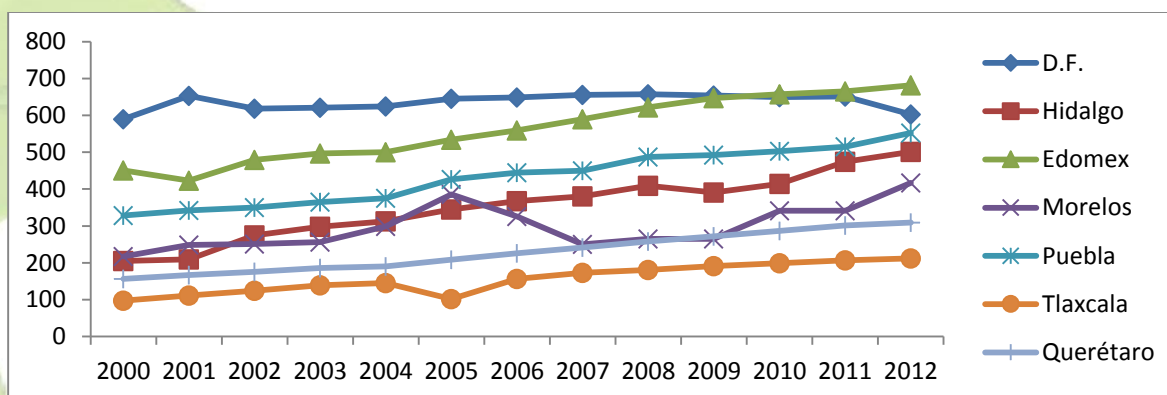
Variación Porcentual y Tasa Media de Crecimiento Anual de la Oferta de Establecimientos de Hospedaje en Estados Seleccionados de la Región Centro del País. (2000-2012 p/)

Año	Nacional	Var. %	D.F.	Var. %	Hidalgo	Var. %	Edomex	Var. %	Morelos	Var. %	Puebla	Var. %	Tlaxcala	Var. %	Querétaro	Var. %
2000	10320		590		205		451		217		328		97		156	
2001	11218	8.00	653	9.65	209	1.91	423	-6.62	248	12.50	342	4.09	111	12.61	167	6.59
2002	11618	3.44	618	-5.66	274	23.72	479	11.69	251	1.20	350	2.29	124	10.48	175	4.57
2003	12518	7.19	621	0.48	298	8.05	497	3.62	256	1.95	365	4.11	139	10.79	186	5.91
2004	13060	4.15	624	0.48	313	4.79	500	0.60	299	14.38	375	2.67	145	4.14	190	2.11
2005	13751	5.03	645	3.26	345	9.28	534	6.37	386	22.54	426	11.97	102	42.16	208	8.65
2006	14393	4.46	649	0.62	367	5.99	559	4.47	326	18.40	445	4.27	156	34.62	226	7.96
2007	14963	3.81	656	1.07	380	3.42	590	5.25	250	30.40	450	1.11	173	9.83	241	6.22
2008	15754	5.02	657	0.15	409	7.09	622	5.14	265	5.66	487	7.60	181	4.42	258	6.59
2009	16231	2.94	654	-0.46	391	-4.60	647	3.86	265	0.00	492	1.02	191	5.24	272	5.15
2010	16875	3.82	650	-0.62	414	5.56	657	1.52	341	22.29	503	2.19	199	4.02	287	5.23
2011	17294	2.42	651	0.15	474	12.66	665	1.20	341	0.00	515	2.33	207	3.86	301	4.65
2012	17669	2.12	603	-7.96	501	5.39	682	2.49	417	18.23	552	6.70	212	2.36	309	2.59
TMCA (2000-2012)		4.38		0.18		7.18		3.39		5.30		4.25		6.31		5.54

2012 p/ Datos preliminares

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México 2012, SECTUR Federal.

Evolución de la Oferta de Establecimientos en Estados Seleccionados de la Región Centro País. (2012 p/)



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con datos del Compendio Estadístico del Turismo en México, (2000-2011/p)

A excepción del Distrito Federal y Morelos, la oferta de cuartos que presentan los destinos comparativos de la región ha incrementado el número de cuartos de manera similar.

Evolución de la Oferta de Cuartos en Estados Seleccionados de la Región Centro País (2000-2012/p)

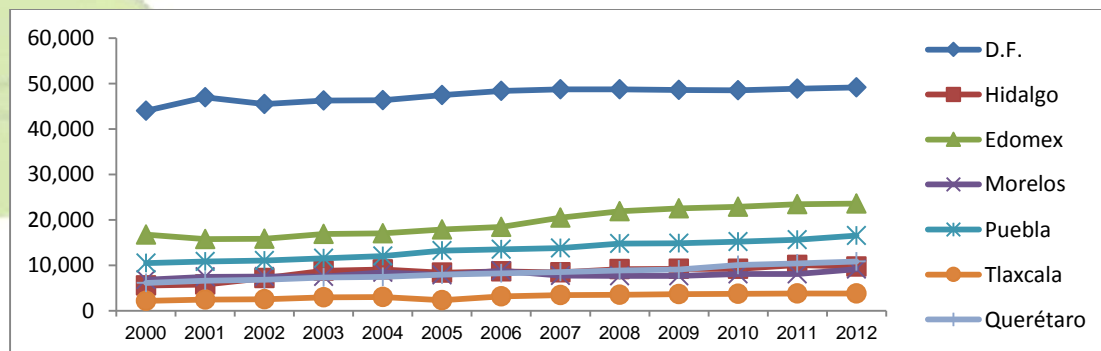
Año	Nacional	Var. %	D.F.	Var. %	Hidalgo	Var. %	Edomex	Var. %	Morelos	Var. %	Puebla	Var. %	Tlaxcala	Var. %	Querétaro	Var. %
2000	421,850		44,021		5,543		16,790		6,834		10,458		2,151		6,088	
2001	458,123	7.92	46,978	6.29	5,766	3.87	15,744	-6.64	7,475	8.58	10,850	3.61	2,439	11.81	6,599	7.74
2002	469,488	2.42	45,473	-3.31	7,187	19.77	15,872	0.81	7,506	0.41	11,042	1.74	2,537	3.86	6,811	3.11
2003	496,292	5.40	46,310	1.81	8,827	18.58	16,917	6.18	7,506	0.00	11,525	4.19	2,920	13.12	7,318	6.93
2004	515,904	3.80	46,344	0.07	9,105	3.05	17,024	0.63	8,458	11.26	12,020	4.12	2,993	2.44	7,449	1.76
2005	535,639	3.68	47,445	2.32	8,391	-8.51	17,872	4.74	7,850	-7.75	13,203	8.96	2,353	-27.20	7,926	6.02
2006	556,399	3.73	48,409	1.99	8,683	3.36	18,448	3.12	8,807	10.87	13,533	2.44	3,180	26.01	8,239	3.80
2007	583,731	4.68	48,726	0.65	8,419	-3.14	20,484	9.94	7,708	-14.26	13,822	2.09	3,418	6.96	8,489	2.94
2008	603,781	3.32	48,776	0.10	9,152	8.01	21,875	6.36	7,691	-0.22	14,807	6.65	3,513	2.70	8,859	4.18
2009	623,555	3.17	48,618	-0.32	9,213	0.66	22,550	2.99	7,691	0.00	14,891	0.56	3,661	4.04	9,116	2.82
2010	638,494	2.34	48,534	-0.17	9,213	0.00	22,862	1.36	8,095	4.99	15,224	2.19	3,724	1.69	10,085	9.61
2011	651,160	1.95	48,888	0.72	10,050	8.33	23,445	2.49	8,095	0.00	15,658	2.77	3,813	2.33	10,408	3.10
2012	660,546	1.42	49,194	0.62	9,743	-3.15	23,570	0.53	9,185	11.87	16,576	5.54	3,809	-0.11	10,810	3.72
TMCA (2000-2012)		3.67		0.92		4.59		2.79		2.43		3.77		4.65		4.67

2012 p/ Datos preliminares

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México 2012, SECTUR Federal.

No obstante, a lo anterior, el crecimiento de establecimientos y cuartos ha estado estancado hasta la fecha. La situación estática de la infraestructura hotelera en la región, se debe a la inseguridad e incertidumbre económica, la cual ha ocasionado sólo la recompra de establecimientos por cadenas hoteleras reconocidas en el ámbito nacional e internacional. La mayoría de las habitaciones hoteleras se concentran en el Distrito Federal, ya que participa con el 40% de la infraestructura hotelera de la región.

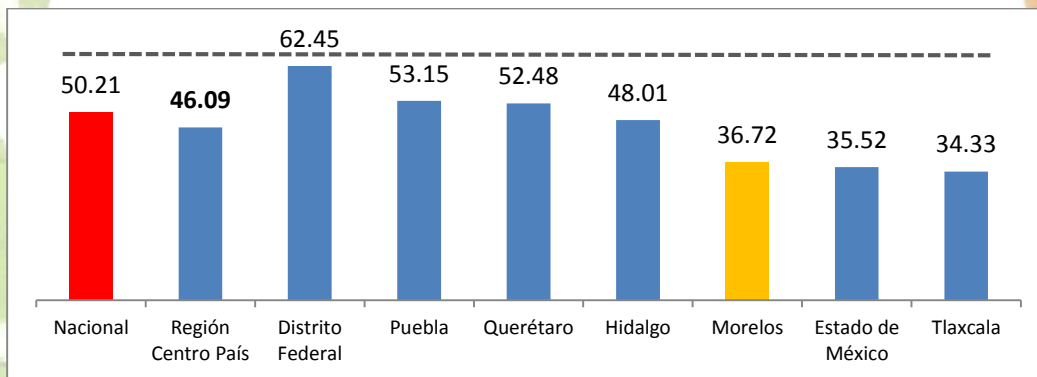
Evolución de la Oferta de Cuartos en Estados Seleccionados de la Región Centro País. (200-2012 /p)



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con datos del Compendio Estadístico del Turismo en México, (2000-2011/p)

En el 2012, el porcentaje de ocupación hotelera total de la región fue del 46.09%, inferior en 16.36 puntos porcentuales respecto al Distrito Federal. Respecto al índice de ocupación hotelera, Morelos se ubica en el quinto lugar con un 36.72 frente al puntero Distrito Federal (62.45) y también en estadía promedio, con 1.39 frente al 2.01 de Distrito Federal, lo cual refleja la relación que los estados circunvecinos siguen siendo destinos de fin de semana.

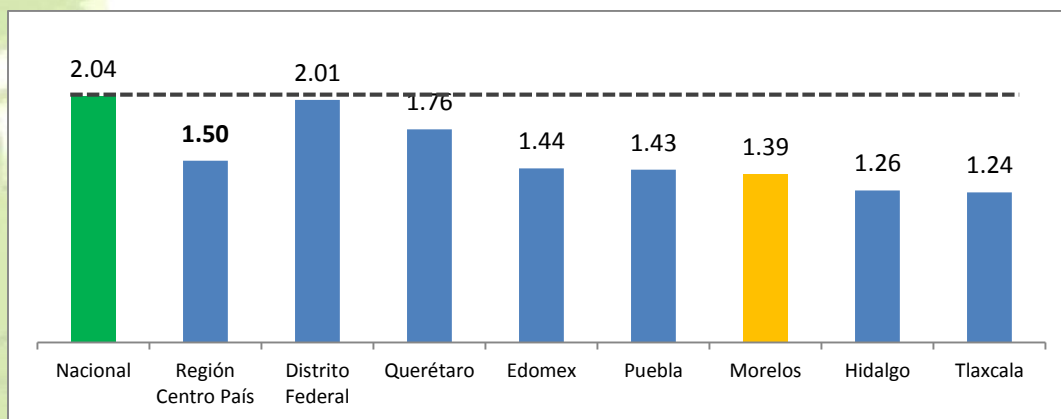
Índice de Ocupación Hotelera a nivel nacional y región centro país (2012)



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con base en datos de la SECTUR Federal. 2012 p/

La estadía promedio de la región fue del 1.50. El Distrito Federal y el Estado de México fueron las dos entidades federativas que registraron estadías promedio de los turistas superiores a la media de esa región.

Estadía Promedio a nivel nacional y región centro país (2012)



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo de Morelos con base en datos de la SECTUR Federal. 2012 p/

En toda la región centro país, la estadía que se registró fue muy baja, debido a los efectos de los warnings (alertas) y a la inseguridad por la lucha contra el narcotráfico e inseguridad, aunque la falta de competitividad de los estados de la región centro país se asocia a la falta de una adecuada planeación y puesta en valor de sitios, productos y recursos naturales, culturales y de entretenimiento que propicien una mayor estadía y egreso por parte de los visitantes.

El turismo en el Estado de Morelos

El estado de Morelos reúne un importante patrimonio turístico sustentado en sus condiciones naturales, como el clima y exuberante vegetación, recursos culturales como sus zonas arqueológicas, conventos, haciendas, museos y otros sitios de interés histórico, así como una importante planta de servicios turísticos.

Importancia del turismo en la economía estatal

La importancia económica del turismo en Morelos se mide por medio del PIB, se calcula que éste representa un 12% del total. Lo cual lo ubica como un sector estratégico para el desarrollo del estado. Con los datos del INEGI se puede medir la importancia del turismo de manera indirecta a través de la cuenta que incluye al comercio, restaurantes y hoteles, en ese caso el turismo en Morelos representa el 17.5% del total de la economía. Otro de los beneficios directos del turismo es la generación de empleos, se estima que actualmente este sector da el 7% del total de los empleos registrados por el INEGI, probablemente la cifra sea mayor si se incluyen empleos indirectos.

Indicadores Turísticos de Morelos 2000-2012

Año	Hoteles	Cuartos	%	Llegada de Turistas			Turistas Noche			Estadía			Densidad
				Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros	
2000	217	6,834	42.44	1,390,211	1,323,234	66,977	1,968,289	1,872,471	95,818	1.42	1.42	1.43	2.09
2001	248	7,475	38.19	1,316,324	1,265,106	51,218	1,914,763	1,835,791	78,972	1.45	1.45	1.54	2.15
2002	251	7,506	38.89	1,378,536	1,342,596	35,940	1,997,388	1,919,196	78,192	1.45	1.43	2.18	2.10
2003	256	7,506	39.45	1,499,492	1,455,776	43,716	2,003,571	1,934,811	68,760	1.34	1.33	1.57	2.08
2004	299	8,458	38.60	1,501,551	1,434,665	66,886	2,244,912	2,152,507	92,405	1.50	1.50	1.38	2.27
2005	386	7,850	38.46	1,277,424	1,178,789	98,635	2,038,031	1,889,899	148,132	1.60	1.60	1.50	2.15
2006	326	8,807	44.40	1,576,143	1,488,894	87,249	2,429,536	2,280,749	148,787	1.54	1.53	1.71	1.99
2007	250	7,708	44.51	1,332,249	1,262,200	70,049	2,163,806	2,040,169	123,636	1.62	1.62	1.77	1.97
2008	265	7,691	41.46	1,457,569	1,384,092	73,477	2,217,012	2,092,964	124,048	1.52	1.51	1.69	1.95
2009	265	7,691	36.77	1,346,394	1,272,738	73,656	1,872,191	1,773,785	98,405	1.39	1.39	1.34	1.93
2010	341	8,095	35.44	1,299,323	1,163,465	135,857	1,690,809	1,533,030	157,779	1.30	1.32	1.16	1.81
2011	341	8,095	36.93	1,255,671	1,141,184	114,487	1,645,238	1,519,169	126,068	1.31	1.33	1.10	1.80
2012	417	9,185	36.72	1,304,322	1,190,550	113,773	1,813,416	1,685,861	127,555	1.39	1.42	1.12	1.89

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR Federal, 2012 /p.

El turismo en Morelos: Situación Actual.

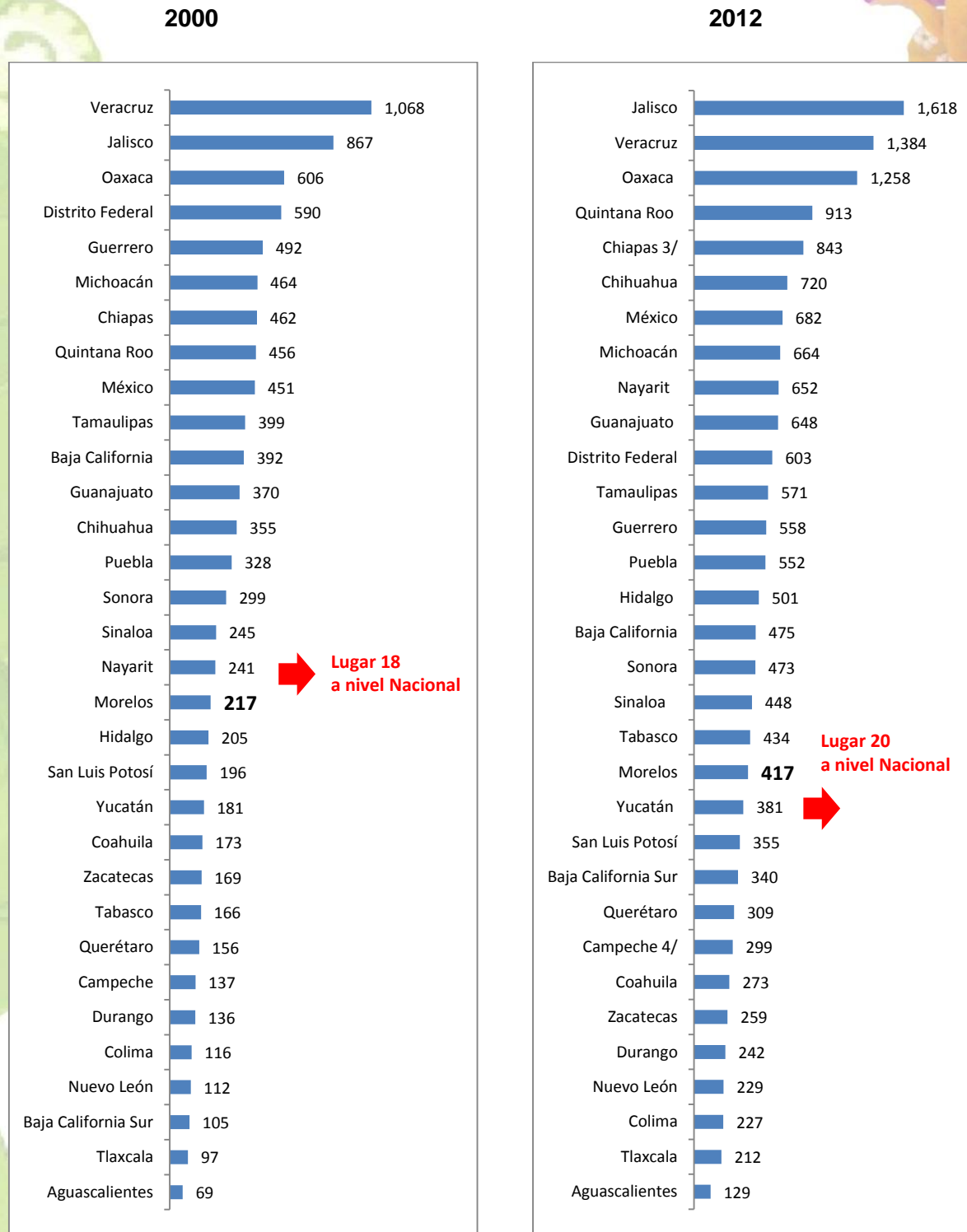
La oferta hotelera actual del país asciende a 660 mil cuartos de los cuales el 1.4% se concentra en el Estado, cuota que no lo destaca como un destino turístico de primer orden y que lo ha hecho tener durante los últimos 10 años en promedio el lugar 26 a nivel nacional. Explicando su gran necesidad de buscar la mejora de competitividad y del posicionamiento en el mercado las series históricas de la última década reflejan un crecimiento anual del 5.30% de establecimientos hoteleros actualmente hay 417 establecimientos censados contra 217 en el año 2000, es decir, doscientos hoteles más que dan cuenta de que el sector hotelero crece independientemente de la llegada de turistas pues el crecimiento de la afluencia no tuvo la misma proporción.



Imagen de campaña de promoción turística del Estado de Morelos, Sector Morelos, 2012.

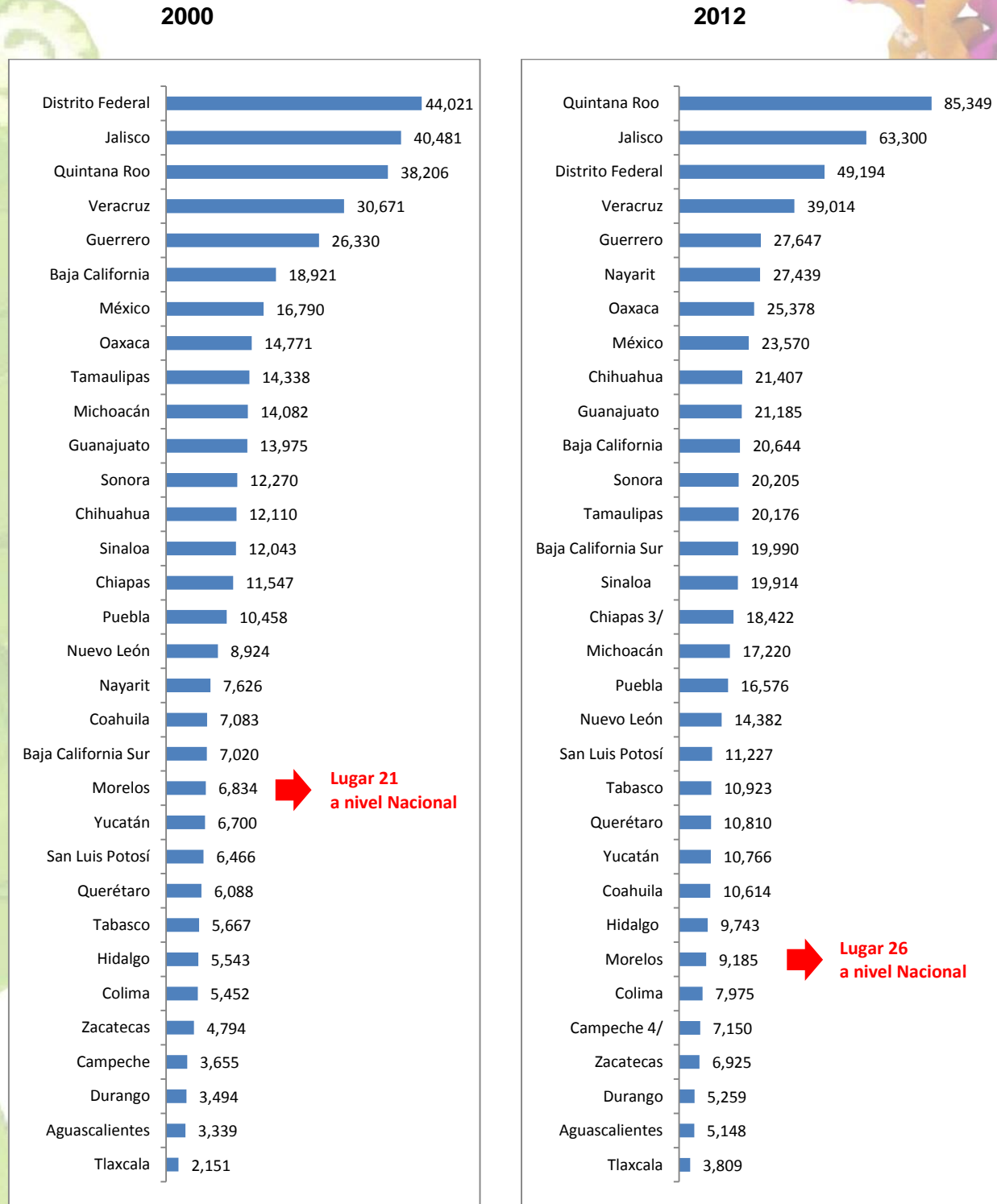
Morelos disminuyó su posición competitiva a nivel nacional en número de hoteles al pasar en el 2000 del lugar dieciocho al lugar veinte en el 2012.

**Comparativo de Establecimientos de Hospedaje de Morelos a nivel nacional.
(2000 vs 2011)**



De igual forma, Morelos disminuyó su posición competitiva a nivel nacional en número de cuartos al pasar en el 2000 del lugar veintiuno al lugar veintiséis en el 2012.

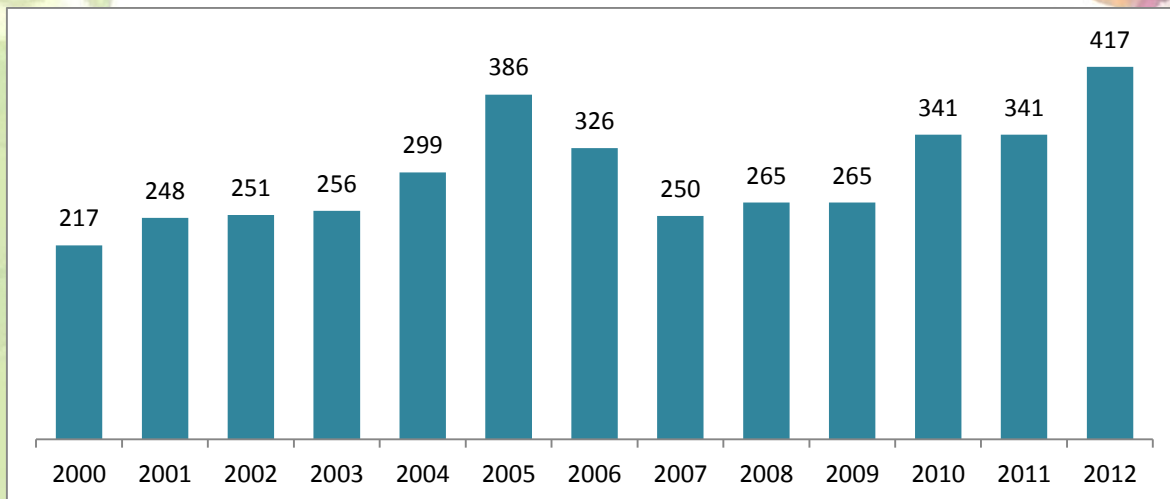
**Comparativo de Cuartos de Morelos a nivel nacional.
(2000 vs 2011)**



Oferta Turística del Estado de Morelos

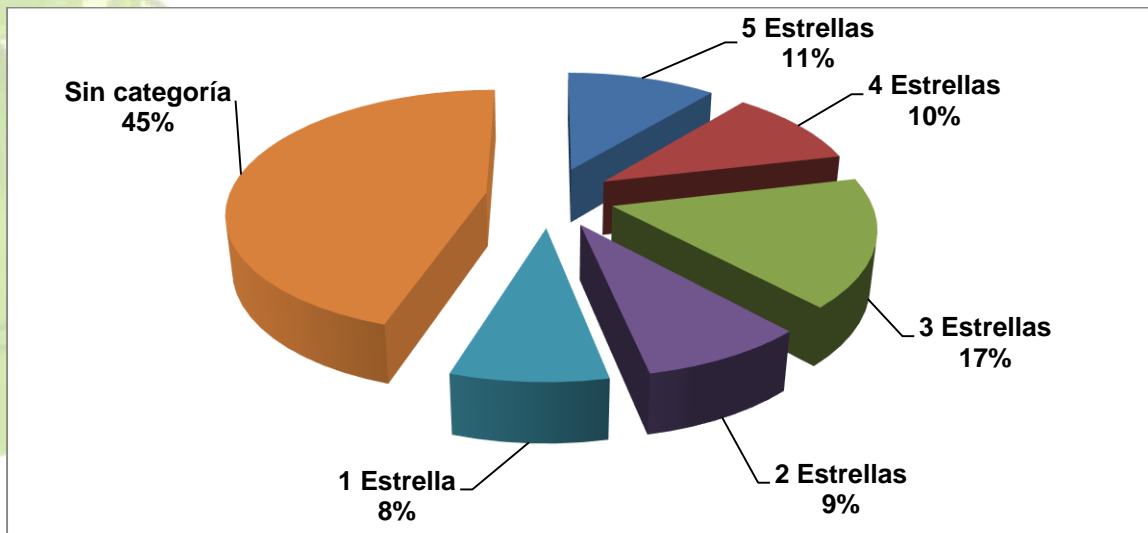
En el 2012, el número de establecimientos de hospedaje registrados ante la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos ascendió a 417, de los cuales el **62% se concentra en hoteles sin categoría, dos y una estrella**; el resto se registra en la categorías de cinco estrellas con el 11%, 4 estrellas con el 10% y tres estrellas con el 17%.

Morelos: Evolución de Establecimientos de Hospedaje (2000-2012/p)



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR Federal, 2012 /p.

Morelos: Composición de Establecimientos de Hospedaje según categoría turística (2012 p/)



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR Federal, 2012 /p.

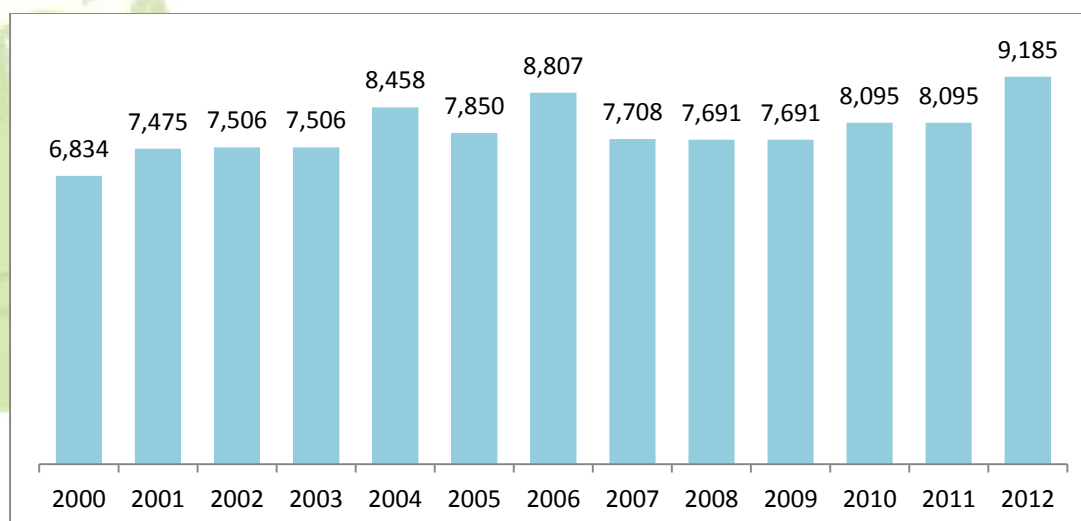
Morelos: Evolución de Establecimientos de Hospedaje según categoría turística (2012 p/)

Año	5 Estrellas	4 Estrellas	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella	Sin categoría	Total
2000	14	32	32	39	58	42	217
2001	15	37	38	45	60	53	248
2002	16	37	39	45	60	54	251
2003	16	37	39	45	60	59	256
2004	19	36	39	52	62	91	299
2005	25	37	57	34	37	196	386
2006	21	43	49	48	84	81	326
2007	31	42	62	45	38	45	263
2008	31	43	63	48	38	45	268
2009	31	43	63	48	39	41	265
2010	28	36	56	33	46	142	341
2011	28	36	56	33	46	142	341
2012	46	43	70	36	34	188	417

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR Federal, 2012 /p.

El número de cuartos en Morelos ha mostrado un crecimiento significativo, principalmente en los hoteles de cinco y tres estrellas y sin categoría, siendo más modesto el comportamiento de las categorías restantes. En el 2012, Morelos registró 9,185 cuartos, de los cuales el 23.0% son sin categoría turística, el 20.0% de cinco estrellas, el 18% de cuatro y tres estrellas y el 17% restante corresponde a dos y una estrella.

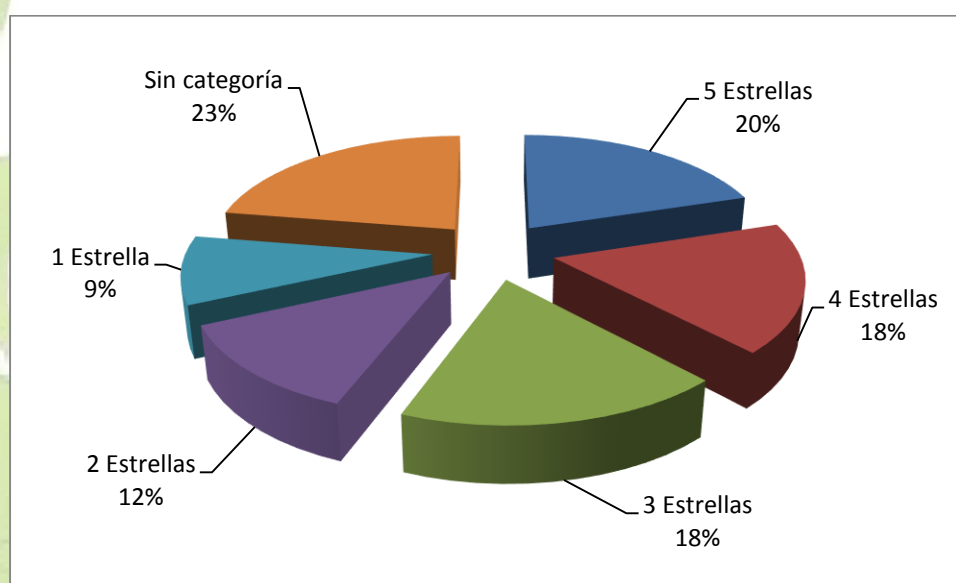
Morelos: Evolución de Cuartos (2000-2012/p)



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR Federal, 2012 /p.

Si bien el ritmo del crecimiento de la inversión en hoteles ha sido más lento que el promedio a nivel nacional es de resaltar un crecimiento más rápido en la oferta de cuartos, ya que se registró una dinámica de construcción de 196 cuartos hoteleros al año, 2.79%, por lo que alcanzó la cifra de 2,351 cuartos. Tendencia que puede estar respondiendo tanto a dinámicas de mercado locales dentro de las ciudades del Estado como a ajustes en la composición de la oferta hotelera en la región.

Morelos: Composición de Cuartos según categoría turística (2012 p/)



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR Federal, 2012 /p.

Morelos: Evolución de Cuartos según categoría turística (2012 p/)

Año	5 Estrellas	4 Estrellas	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella	Sin categoría	Total
2000	1,115	1,380	899	1,156	1,507	777	6,834
2001	1,169	1,730	1,017	1,277	1,487	795	7,475
2002	1,228	1,678	1,031	1,277	1,487	805	7,506
2003	1,228	1,678	1,031	1,277	1,487	805	7,506
2004	1,493	1,657	1,068	1,460	1,569	1,211	8,458
2005	1,411	1,331	1,458	1,099	1,015	1,536	7,850
2006	1,567	1,669	1,336	1,347	1,858	1,030	8,807
2007	1,963	1,810	1,651	1,230	911	601	8,166
2008	1,964	1,811	1,651	1,232	913	602	8,173
2009	1,919	1,684	1,542	1,190	895	461	7,691
2010	1,793	1,355	1,555	1,014	1,056	1,322	8,095
2011	1,793	1,355	1,555	1,014	1,056	1,322	8,095
2012	1,852	1,635	1,639	1,138	861	2,060	9,185

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR Federal, 2012 /p.

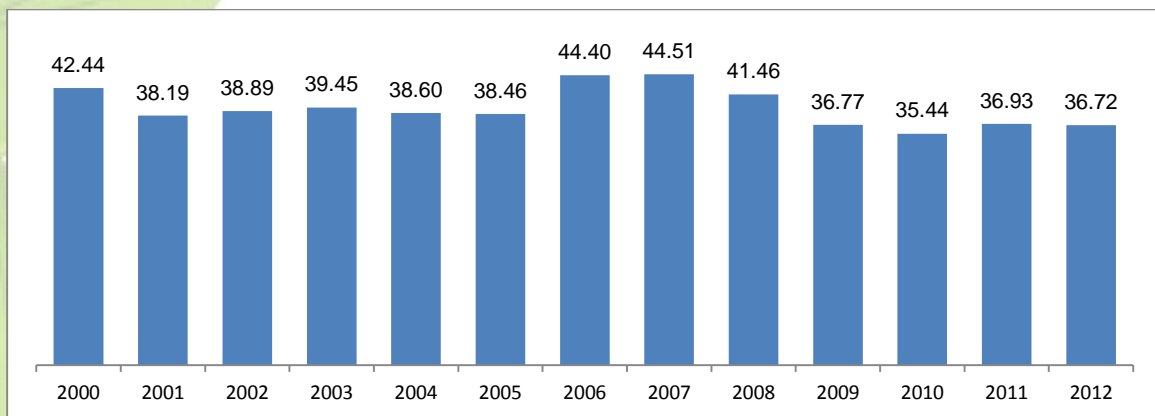
El principal incremento de cuartos se explica por la apertura de hoteles de cadena de alta categoría turística, principalmente de 5 y 4 estrellas, dirigidos al segmento de negocios en las principales Ciudades del Estado. Por ello se observa una alta participación de esta categoría en el total de la oferta, con el 38% de la oferta total.

Esta composición de la oferta por categoría de los cuartos en todo el estado está indicando entonces que en un 56% son de calidad turística y en particular más de la mitad es de 5 y 4 estrellas, situación que marca una fortaleza del destino y del sector hotelero que muestra un interés marcado en la venta de cuartos independientemente de que se ofrezcan más opciones de consumo a los casi 1.6 millones de turistas noche.

De la oferta estatal, el 39.0 % corresponden a oferta registrada en la ciudad de Cuernavaca, seguido en participación por la registrada en la ciudad de Cuautla y Oaxtepec con una participación del 13.0% y 15.0% respectivamente. En lo que se refiere a la oferta de Tequesquitengo, esta tiene una participación del 3.0%.

La ocupación hotelera pasó de 42.44%% en el 2000 a 36.72% en el 2012, sin embargo, en el 2007 alcanzó su nivel más alto con un 44.51%. Se observa que después de mantenerse de 2003 a 2006, éstos se ven disminuidos en 2009 y 2010 provocados por el deterioro de la situación económica mundial y la crisis sanitaria originada por el virus de la influenza AH1N1 influyó registrando fuertes diferencias en el porcentaje ocupación de esos dos años.

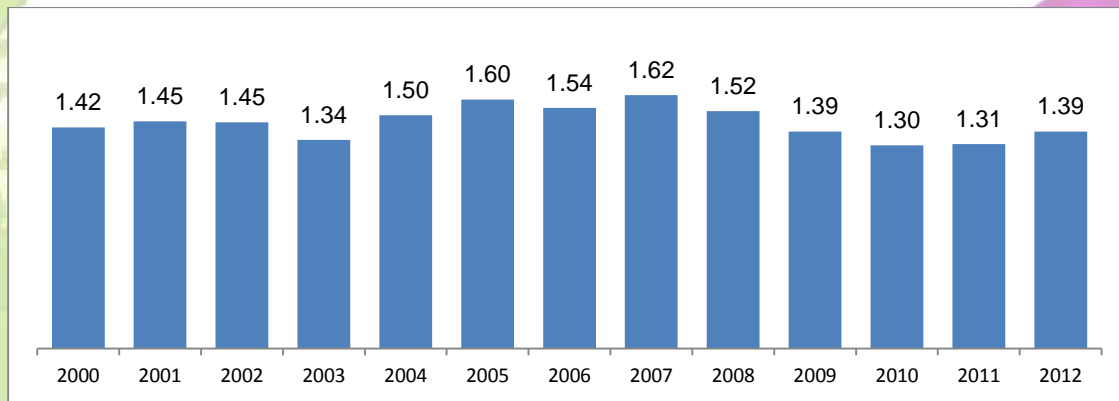
Morelos: Evolución del Porcentaje de Ocupación Hotelera. (2000-2012 /p)



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR Federal, 2012 /p.

Ahora bien, el cruce de variables da otra lectura pues al leer los datos del factor de ocupación se nota un decremento en el total de turistas noche y también en la estadía promedio, principalmente de los nacionales. A partir del 2007, la ocupación perdió 9 puntos en los últimos años, pues paso de tener un 44.51% a un 35.44% y la estadía de 1.62 noches a 1.30, mismo caso que por origen donde los nacionales tuvieron una estadía similar. Esto indica nuevamente una no correspondencia entre los indicadores turísticos y la constancia de la inversión en hotelería. La dinámica de la oferta turística se desarrolla con un parte aguas a partir de la crisis al mostrar decrementos a partir de 2009.

Morelos: Evolución de la Estadía Promedio de los Turistas Noche (2000-2012 /p)



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR Federal, 2012 /p.

Demanda y llegada de turistas al Estado de Morelos

Durante el 2012, Morelos recibió 1.3 millones de visitantes, de los cuales el 91% fueron turistas nacionales y el restante 9% turistas extranjeros. Durante el período del 2000 al 2011, la composición del mercado real de llegada de turistas a Morelos ha sido turistas nacionales.

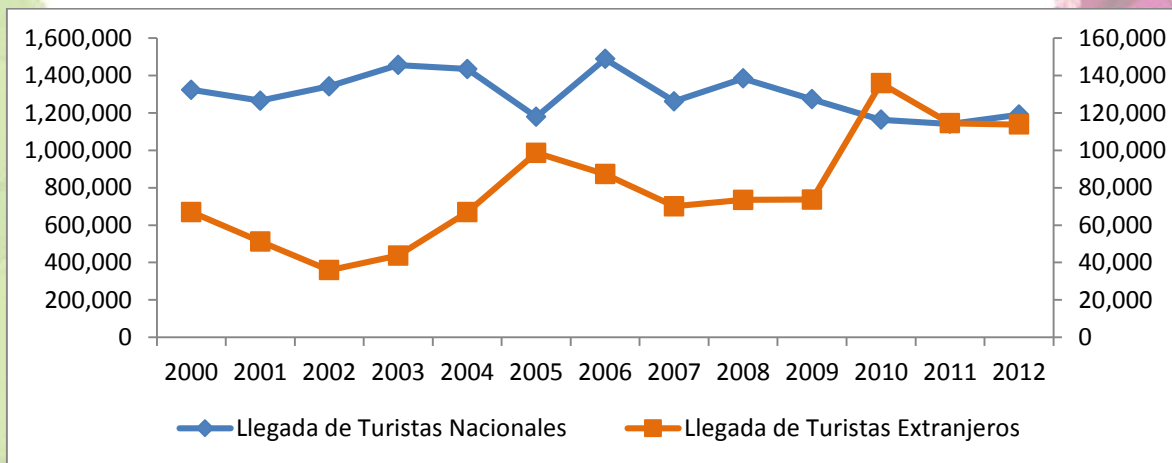
Morelos: Llegada de Turistas Nacionales y Extranjeros (2000-2012)

Año	Llegada de Turistas						Turistas Noche					
	Total	Var. %	Nacionales	Var. %	Extranjeros	Var. %	Total	Var. %	Nacionales	Var. %	Extranjeros	Var. %
2000	1,390,211		1,323,234		66,977		1,968,289		1,872,471		95,818	
2001	1,316,324	-5.61	1,265,106	-4.59	51,218	-30.77	1,914,763	-2.80	1,835,791	-2.00	78,972	-21.33
2002	1,378,536	4.51	1,342,596	5.77	35,940	-42.51	1,997,388	4.14	1,919,196	4.35	78,192	-1.00
2003	1,499,492	8.07	1,455,776	7.77	43,716	17.79	2,003,571	0.31	1,934,811	0.81	68,760	-13.72
2004	1,501,551	0.14	1,434,665	-1.47	66,886	34.64	2,244,912	10.75	2,152,507	10.11	92,405	25.59
2005	1,277,424	-17.55	1,178,789	-21.71	98,635	32.19	2,038,031	-10.15	1,889,899	-13.90	148,132	37.62
2006	1,576,143	18.95	1,488,894	20.83	87,249	-13.05	2,429,536	16.11	2,280,749	17.14	148,787	0.44
2007	1,332,249	-18.31	1,262,200	-17.96	70,049	-24.56	2,163,806	-12.28	2,040,169	-11.79	123,636	-20.34
2008	1,457,569	8.60	1,384,092	8.81	73,477	4.67	2,217,012	2.40	2,092,964	2.52	124,048	0.33
2009	1,346,394	-8.26	1,272,738	-8.75	73,656	0.24	1,872,191	-18.42	1,773,785	-17.99	98,405	-26.06
2010	1,299,323	-3.62	1,163,465	-9.39	135,857	45.78	1,690,809	-10.73	1,533,030	-15.70	157,779	37.63
2011	1,255,671	-3.48	1,141,184	-1.95	114,487	-18.67	1,645,238	-2.77	1,519,169	-0.91	126,068	-25.15
2012	1,304,322	3.73	1,190,550	4.15	113,773	-0.63	1,813,416	9.27	1,685,861	9.89	127,555	1.17
TMCA (2000-2012)		-0.53		-0.88		4.32		-0.69		-0.88		2.36

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR Federal, 2012 /p.

En el período del 2000 al 2012 se observa que Morelos experimentó altibajos en el volumen de llegadas de turistas nacionales. La tasa media anual de crecimiento para el período de referencia fue negativa (-.88%), siendo el 2005 cuando se registró la menor tasa de crecimiento (-21.71%) recibiendo en este año 1,178,789 llegadas de turistas, marcando el punto de inflexión pues a partir de ese año se registró un ascenso del 20.83% en los flujos, tendencia que no continuó, sino empezó a decrecer año con año del 2009 al 2012. Esta última situación, se puede atribuir de nueva cuenta a la crisis sanitaria del virus NIHI y a la crisis económica de los Estados Unidos.

Morelos: Llegada de Turistas Nacionales y Extranjeros (2000-2012 p/)

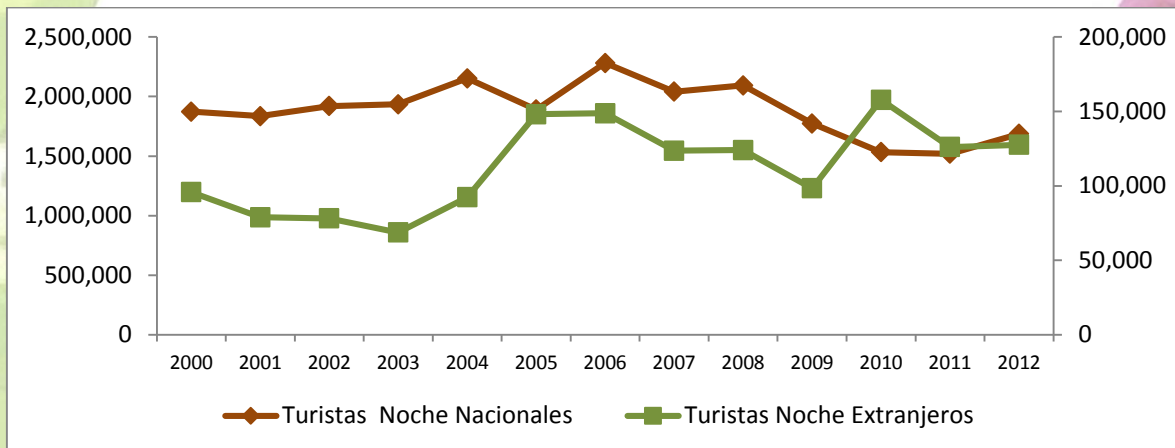


Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR Federal, 2012 /p.

Del año 2000 al 2012 se observa una tendencia decreciente en la llegada de turistas extranjeros, asociados entre otras razones, a los vaivenes de la economía estadounidense. Durante el 2005, se experimentó un repunte de los turistas extranjeros para continuar de nuevo con un patrón descendente, ya que se aprecia una disminución significativa de la llegada de turistas a Morelos, tendencia que continuó agudizándose hasta el 2009. Esta situación se atribuye como consecuencia de la crisis sanitaria de la influenza, la inseguridad en la región centro que vive el país y la crisis económica por la que paso Estados Unidos. Para el período 2000-2012, aunque la Tasa Media Anual de Crecimiento (TMAC) registrada por la llegada de turistas internacionales fue del 4.32, a lo largo de la década a mostrado variaciones negativas año con año.

Durante el período del 2000-2012 se aprecia que el volumen de llegadas de turistas a hoteles ha experimentado varios altibajos descendentes, mostrando un patrón de decrecimiento constante. La llegada de turistas extranjeros a hoteles han registrado una tendencia negativa durante el período 2006 al 2012, misma que se agudizó en el 2009, consecuencia de los factores negativos ya referidos anteriormente.

Morelos: Turistas Noche Nacionales y Extranjeros (2000-2012 p/)



Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR Federal, 2012 /p.



Imagen del Hotel Villas Fantasy en Cuernavaca, tomada de Internet, 2013.

Perfil del Visitante del Estado de Morelos

Actualmente, el Estado de Morelos es visitado principalmente por turistas de origen nacional, según la encuesta sobre el perfil, derrama y grado de satisfacción de los turistas, que realiza la Secretaría de Turismo del Estado para el año 2012, el 91% de los visitantes son mexicanos, y sólo el 9% proviene del extranjero.

Del grupo de visitantes nacionales el 88% proviene de estados cercanos a Morelos como la Ciudad de México, Guerrero, Estado de México y Puebla. Por lo tanto, el medio de transporte más utilizado es el terrestre (automóvil y autobús). Del total de visitantes encuestados, el 30% son profesionales o técnicos y el 24% son empleados u obreros.

Asimismo, 2 de cada 100 visitantes son estudiantes (19%). En contraste, sólo 4% son retirados y jubilados, probablemente se explique por la relativa baja proporción de este segmento de la población.

El principal motivo de visita es por placer y diversión con el 43%, en segundo término las visitas a familiares y amigos representa el 29% visita a familiares y amigos; únicamente el 2% de los visitantes viaja al estado por este concepto, lo cual es una oportunidad para potenciar este segmento, ya que Morelos se ha comenzado a posicionar como un destino de salud que se podría desarrollar articulando eficientemente el cluster de servicios médicos con el de turismo, mediante productos y promoción conjunta, en lo cual actualmente se tienen pocos avances. A pesar de que, los principales motivos de viaje son placer, diversión, visita a amigos y familiares, entre otros, al momento de elegir el destino del viaje es determinante que el lugar cuente con actividades para la recreación de todos los miembros de la familia o el grupo, para todos los gustos y edades. Por lo tanto, resulta fundamental desarrollar una oferta de productos y servicios turísticos diversos con calidad y precio para distintos segmentos de mercado. Actualmente, la mayoría de los turistas que visitan el estado se hospedan con amigos y familiares (53%), sólo el 35% utiliza los servicios de los hoteles; sin embargo, el 8% de los encuestados afirma que se hospedan en casa o departamento propio, rentado o prestado, y un 4% en campamentos. En el 2012, la estancia promedio de los visitantes de Morelos indican que el 30% no generó pernocta por lo tanto se les clasifica como excursionistas. El 70% pernocta en Morelos de los cuales el 17%, 22% y 12% estuvieron una, dos y tres noches, respectivamente.

Durante los últimos años, en los hoteles y moteles de Morelos la estadía promedio ha permanecido prácticamente en el mismo nivel, para el 2000 los turistas se hospedaban en promedio 1.42 noches, y para el 2012 disminuyó a 1.39 noches, por lo tanto es de suma importancia mejorar el posicionamiento del destino y diversificar los productos a ofrecer para generar mayor pernocta. En promedio los turistas que visitaron el estado de Morelos durante el 2012 gastaron \$2,530 pesos. Durante este período el 27% de los turistas que visitaron el estado gastaron menos de \$1,000 pesos y sólo el 25% de \$1,000 a \$2,999 pesos. Como se observa en la gráfica siguiente el 52% de los visitantes genera un gasto diario promedio menor a \$2,000 pesos.

Dentro de las actividades realizadas por los visitantes en Morelos el 16% de los encuestados prefiere nadar e ir a balnearios, el 13% decide ir a descansar, el 12% acude a trabajar, 12% va a pasear. El porcentaje restante decide convivir con la familia (10%), ir de compras (4%), estudiar (2%), divertirse (2%), comer (2%) y otros motivos (9%). Las actividades realizadas por los visitantes reflejan el posicionamiento de Morelos como destino turístico de clima cálido, por lo tanto aquellos que quieren divertirse en balnearios, albercas, parques acuáticos, lagos entre otros acuden a los destinos que ofrecen estos productos y servicios. Sin embargo, sin descuidar este nicho de mercado, se deben posicionar otro tipo de productos para ofrecer a los visitantes y habitantes del estado (incluidos los de segunda residencia) y así interesarlos en otras opciones para generar mayor derrama económica.

Los atributos más atractivos para los visitantes sobresale el clima con más del 50% de las menciones, lo cual confirma que es su principal activo y es el que se debe aprovechar para continuar con el posicionamiento en el mercado turístico. Por ello, el eslogan Morelos: La Primavera de México, resulta atractivo para posicionar todos los destinos turísticos del estado. Sin embargo, no basta contar con un buen clima para hacer un

destino turístico hospitalario, competitivo y solidario. Es importante poner atención a los temas de desarrollo turístico sustentable, para el cual se deben planear estrategias claras que busquen preservar los recursos naturales y culturales del estado.

El destino tiene buena imagen entre los encuestados, debido a que casi el 40% dice que todo Morelos le gusta. En contraste, el cuidado del medio ambiente se relaciona con los aspectos negativos de la basura y contaminación (13%) y del tráfico (12%), en este aspecto es necesario coordinar esfuerzos para lanzar una estrategia de desarrollo sustentable del turismo que ponga especial atención en estos temas, los cuales no se contraponen al desarrollo del turismo.

Oferta Complementaria del Estado de Morelos

Los datos sobre establecimientos turísticos que reporta la Secretaría de Turismo de Morelos a través del INEGI indican que existen 1,703 empresas relacionadas con el turismo en todo el estado. La mayor parte de la oferta turística se compone de establecimientos de alimentos y bebidas (47%), seguido de hoteles y moteles con el 24.5% el porcentaje restante se divide entre agencias de viaje, empresas arrendadoras y marinas turísticas.

Morelos: Establecimientos relacionados con el turismo 2012.

Concepto	Número	% Participación
Hoteles	417	24.5%
Restaurantes	801	47.0%
Cafeterías	71	4.2%
Bares	219	12.9%
Discotecas y centros nocturnos	23	1.4%
Agencias de viajes	123	7.2%
Guías de turistas	12	0.7%
Arrendadoras de autos	11	0.6%
Centros de Convenciones	18	1.1%
Marinas turísticas	8	0.5%
Total	1,703	100.0%

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos de INEGI, 2012.

Morelos: Establecimientos relacionados con el sector turístico, 2012.

Año	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Discotecas y Centros Nocturno
2000	465	163	49	30
2001	356	167	46	45
2002	357	167	46	31
2003	480	167	46	31
2004	480	167	46	31
2005	481	167	46	31

2006	842	117	58	37
2007	535	55	65	21
2008	654	139	77	21
2009	654	139	77	21
2010	654	139	77	21
2011	654	139	77	21
2012	801	71	219	23

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos de INEGI, 2012.

En cuanto al número de empleos formales que demandan estas empresas, el INEGI reporta 50,131 personas empleadas en el rubro de restaurantes y servicios de alojamiento para el 2012. Si el total de la población económicamente activa se estima en 703,398 personas entonces los restaurantes y servicios de alojamiento aportan el 7% del empleo.

Morelos: Establecimientos relacionados con el sector turístico, 2012.

Año	Agencias de Viajes				Guías de Turistas	Arrendadoras de Autos	Salones para eventos, juntas y reuniones
	Mayoristas	Minoristas	Especializadas	Tours Operadores			
2000	10	61	1	0	14	6	13
2001	10	63	1	0	14	7	13
2002	10	63	1	0	14	7	13
2003	10	63	1	0	14	7	13
2004	10	63	1	2	10	9	13
2005	10	63	1	7	10	9	13
2006	10	63	1	10	14	9	13
2007	10	63	1	15	13	10	13
2008	37	66	5	15	32	1	13
2009	37	66	5	15	10	27	14
2010	37	66	5	15	10	27	14
2011	37	66	5	15	10	27	14
2012	37	66	5	15	12	11	18

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos de INEGI, 2012.

Actualmente, Morelos cuenta con una oferta complementaria de 801 restaurantes y 359 establecimientos diversos de bebidas, alimentos bares y centros nocturnos; 128 agencias de viajes; 11 arrendadoras de autos y 15 operadores de turismo registrados, además de 8 campos de golf, aunque debe mencionarse que esta planta instalada se concentra en ciudades como Cuernavaca, Cuautla, Oaxtepec, Jojutla y Puente de Ixtla.

Infraestructura y Servicios

Cuernavaca es el destino turístico más importante de Morelos, por lo tanto tiene mucha influencia en la dinámica de operación, estrategia y posicionamiento frente a la demanda. Adicionalmente, el estado cuenta con 3 sub-centros de distribución que constituyen la

base de operación de sus regiones de influencia: Cuautla, Tequesquitengo y Tepoztlán. Los anteriores destinos podrían integrarse para conformar un cluster de la región centro del país.

Red Carretera y Servicios de Transporte

Morelos cuenta con 1,897 Km. de red carretera, la cual se compone por 288 Km. de autopista primaria pavimentada de cuatro carriles, 1,164 Km. de carreteras secundarias pavimentadas de al menos dos carriles y 445 Km. de caminos rurales revestidos. Además, se encuentra en construcción la autopista Siglo XXI que unirá los puertos de Acapulco y Veracruz, se espera que el dinamismo que genere en la región beneficie a Morelos por la recepción de visitantes de otros estados de la región.

El Plan Nacional de Infraestructura 2007-2012 señala como prioridad para Morelos el término de la construcción de la autopista Siglo XXI, asimismo se incluyen el Libramiento Norponiente y la vía Cuautla-Chalco. La construcción de infraestructura carretera que demandan los habitantes del estado deberá incentivar las inversiones en proyectos turísticos estratégicos. En términos generales, la integración vial de Morelos es eficiente y rápida se comunica con el Distrito Federal a través de cuatro carreteras pavimentadas. La más importante es la autopista México-Cuernavaca, la cual tiene una longitud de 86 km. La carretera México-Acapulco cruza las poblaciones de Tres Cumbres, Cuernavaca, Temixco, Puente de Ixtla y Amacuzac. La carretera federal de cuota México- Cuautla es un ramal de la autopista a Cuernavaca y pasa por Tepoztlán, Oacalco y Oaxtepec.

La vía 115 sale de la ciudad de México, pasa por Amecameca y tiene como meta también la ciudad de Cuautla. Otros caminos federales de importancia para el estado son: la carretera México-Oaxaca, en su tramo Cuautla-Izúcar de Matamoros, que comunica a la entidad con los estados de Puebla y Oaxaca; la carretera que conduce a Ixtapan de la Sal y se conoce como la vía corta a las grutas de Cacahuamilpa; así como la carretera federal Cuernavaca-Cuautla, que pasa por Tejalpa, Yautepec y Cocoyoc, y atraviesa el macizo central de la sierra de Tepoztlán por el Cañón de Lobos.

Las condiciones de las carreteras dependen de la autoridad encargada de su mantenimiento y administración, en ocasiones las autoridades de cualquier nivel de gobierno no invierten los recursos necesarios para contar con caminos y carreteras en condiciones óptimas para los habitantes y para recibir a los visitantes. Por ello, se debe contar con una estrategia de planeación del mantenimiento de carreteras que una los esfuerzos del gobierno federal, estatal y municipal. El principal medio de transporte para llegar al estado es el automóvil, después el autobús. En la encuesta se indica que el 62% de los visitantes de Morelos lo hará en auto propio y el 38% restante lo hará en autobús. Así gracias a la red carretera, Morelos recibe a la mayor parte de sus visitantes, principalmente, de la Ciudad de México.

En términos generales todos los atractivos turísticos del estado se encuentran comunicados, sin embargo, algunos tramos carreteros se encuentran saturados y requieren ampliarse a cuatro carriles para facilitar el tránsito y evitar congestionamientos viales. Por otro lado, el costo del peaje de carreteras de cuota es caro para llegar a algunos balnearios, considerando el nicho de mercado e ingreso que visita los balnearios podría ser un factor que explique la reducción en la fluencia de algunos de éstos y además reduzca su competitividad frente a otras opciones.

Para solucionar lo anterior la agenda legislativa de Morelos para el 2013 contemple que las distintas fracciones parlamentarias trabajen de manera conjunta para eliminar las casetas de peaje de Tres Marías, Emiliano Zapata, Xochitepec, Aeropuerto y la de Alpuyecá, que conduce a los balnearios y zona sur del estado, con el objetivo de que en este rubro, Morelos sea una entidad con tránsito ágil y seguro, además de ser competitivo en materia turística.

El tema de transporte público urbano, estatal y taxis, implica un esfuerzo de coordinación entre el gobierno estatal y los distintos municipios para promover un ordenamiento en la calidad del servicio de transporte público. En lo que respecta a los taxis se deben de tomar medidas para regular su servicio, se deben incluir taxímetros para evitar el cobro arbitrario de tarifas, las tarifas se elevan si son turistas los usuarios del taxi. A pesar de que existen algunos sitios de taxis turísticos, estos no son suficientes para cubrir la demanda de transporte que requieren los destinos turísticos.

Una debilidad marcada en el diagnóstico es la carencia generalizada de señalización turística, principalmente, desde Cuernavaca hacia otros destinos eje de Morelos. A pesar de que existe cierta infraestructura de señalización, ésta no es suficiente para llegar a los lugares que el turista busca. Lo anterior se agrava por la falta de información clara y precisa de las rutas de transporte de autobuses al interior del estado. Esto implica un ordenamiento de la información de las distintas empresas de autobuses.

Aeropuerto

Durante el 2012, el Aeropuerto de la Ciudad de Morelos recibió 199 vuelos, 24.12 por ciento menos que el año anterior. Del total de vuelos, el 100 por ciento fueron nacionales regulares. Los vuelos nacionales han experimentado una tendencia negativa, con una tasa de crecimiento anual de -17.16%.

Llegada de Vuelos Nacionales e Internacionales al Aeropuerto de Morelos. (2000-2012 p/)

Concepto	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012p/
Cuernavaca, Mor. 1/	1,331	1,468	1,380	851	318	30	233	808	771	0	41	152	199
Nacionales	1,331	1,468	1,380	851	318	30	233	808	771	0	41	151	199
Internacionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Regulares	1,331	1,468	1,380	851	318	26	230	795	771	0	40	151	199
Nacionales Regulares	1,331	1,468	1,380	851	318	26	230	795	771	0	40	151	199
Internacionales Regulares	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Charters	0	0	0	0	0	4	3	13	0	0	1	1	0
Charters Nacionales	0	0	0	0	0	4	3	13	0	0	1	0	0
Charters Internacionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0

1/ A partir del año de 1994 se incorporan a la red aeroportuaria de Aviación Comercial "A"

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR Federal, 2012 /p.

El número de pasajeros a Morelos ha experimentado altibajos crecientes y decrecientes durante el período del 2000-2012, con una tasa media de crecimiento anual negativa del 4.81 por ciento. En el año del 2012 registró una cifra de 22,975 pasajeros, de los cuales el 100% fueron nacionales.

Llegada de Pasajeros Nacionales e Internacionales al Aeropuerto de Morelos. (2000-2012 p/)

Concepto	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012 p/
Cuernavaca, Mor. 1/	40,351	38,424	49,080	27,191	15,286	1,617	15,090	63,251	40,630	0	4,311	15,810	22,975
Nacionales	40,351	38,424	49,080	27,191	15,286	1,617	15,090	63,251	40,630	0	4,311	15,792	22,975
Internacionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	0
Regulares	40,351	38,424	49,080	27,191	15,286	1,535	14,995	63,054	40,630	0	4,278	15,792	22,975
Nacionales Regulares	40,351	38,424	49,080	27,191	15,286	1,535	14,995	63,054	40,630	0	4,278	15,792	22,975
Internacionales Regulares	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Charters	0	0	0	0	0	82	95	197	0	0	33	18	0
Charters Nacionales	0	0	0	0	0	82	95	197	0	0	33	0	0
Charters Internacionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	0

1/ A partir del año de 1994 se incorporan a la red aeroportuaria de Aviación Comercial "A"

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR Federal, 2012 /p.



Imagen del Aeropuerto Mariano Matamoros de Cuernavaca, tomada de Internet 2013.

1. Perfil Socioeconómico del Municipio de Cuernavaca.

Localización

El municipio de Cuernavaca se localiza en el extremo noroeste del estado de Morelos, situado éste en la región central de la República Mexicana, limitando con cuatro estados: al norte con el Distrito Federal y el Estado de México, al sur con Guerrero, al este y sureste con Puebla y al oeste nuevamente con los estados de México y Guerrero. La ciudad de Cuernavaca, que ostenta la condición de capital del estado, limita con los municipios de Huitzilac, al norte; al sur con Emiliano Zapata y Temixco y al este con Tepoztlán y Jiutepec y al oeste con el Estado de México.

El municipio posee una extensión de 244.71 km², ocupando el 4.19% de la superficie total del Estado de Morelos. En cuanto a la distribución de usos del suelo, 5,668 hectáreas están destinadas a un uso agrícola, 8,277 hectáreas son de uso pecuario, 5,400 de uso urbano y 1,390 hectáreas de bosque.

Políticamente el municipio se encuentra dividido en 51 localidades, siendo Cuernavaca la cabecera municipal con una población que representa el 96,59% del total municipal (Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Información, INEGI, 2003). Entre las localidades más importantes, destacan: Ahuatepec, Buena Vista del Monte, Acapantzingo, Santa María Ahuacatlán, Alta Vista, Amatitlán, Atzingo, Bella Vista, Cantarranas, Carolina, Centenario, Las Colmenas, Chamilpa, Chapultepec, Chipitlán, Las Delicias, Flores Magón, Granjas Huertas Las Delicias, Los Huertos, Jiquilpan, Lomas de Cortés, Lomas de la Selva, Ocotepec, Palmira, Reforma, El Salto, San Cristóbal, Tetela del Monte, Tlaltenango, Vicente Guerrero, Vista Hermosa, Benito Juárez y Satélite.

En cuanto a las condiciones climáticas imperantes en el municipio, éste goza de una temperatura agradable durante todo el año, que le ha valido el calificativo de “Ciudad de la Eterna Primavera” contando con una medida anual de 21.1 °C y una precipitación media anual que oscila entre los 800 y los 1500 mm.

Cuernavaca se encuentra a 1,480 metros sobre el nivel del mar, dentro de las regiones del Eje Neovolcánico (lagos y volcanes de Anáhuac) y la Sierra Madre del Sur (sierra y valles guerrerenses).

En relación a su orografía, el municipio cuenta con la prolongación de los cerros del Ajusco que forman lomeríos y cuyo tamaño depende de la dirección que tienen las principales barrancas que los cruzan tales como la barranca del Tecolote, la del Túnel o del Diablo y la forma de Amanalco. Las principales alturas son los cerros de Zempoala, el del Campanario, y el de Aire, que conforman la serranía de Chalma y Ocuila. Al oriente se encuentra la serranía de Tepoztlán y el cerro de la Herradura. La ciudad se encuentra

atravesada por las barrancas de Amanalco y San Antón y una configuración orográfica en la que imperan las elevaciones del terreno y ha determinado que el municipio posea una estructura de calles con pendientes pronunciadas en muchos casos.

Por otro lado, gracias a su estratégica posición geográfica en el corazón del país y próxima a la Ciudad de México, de la que se encuentra a tan solo 89 km. de distancia y una hora aproximada de trayecto en automóvil, Cuernavaca se ha convertido hasta la fecha en un lugar idóneo para la vista de día o de fin de semana, así como uno de los lugares preferidos de los habitantes de la Ciudad de México para establecer sus segundas residencias.

La ubicación geográfica de Cuernavaca, le convierte en un municipio bien conectado con otros municipios y recursos turísticos del estado de Morelos, y muy accesible para mercados emisores de primer orden como el Distrito Federal y el estado de México. Junto a su accesibilidad, sus condiciones climáticas le han convertido en el sitio predilecto de los habitantes de la Ciudad de México para instalar viviendas de segunda residencia.

Población

El recurso más valioso con el que cuenta el municipio de Cuernavaca es su gente, de acuerdo con datos del Censo de Población y Vivienda 2012 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la población total fue de 365,168 habitantes, de esta cifra, la población menor de 14 años fue de 82,764; la Población Económicamente Activa de 163,342; la Población Económicamente Inactiva de 119,062; la Población Ocupada de 155,941 y la Población Desocupada de 7,401. Los Hogares con Jefe Masculino eran 67,810 y los Hogares con Jefe Femenino 30,290.

Según el Censo de Población y Vivienda 2012 del INEGI, la población se encuentra distribuida en 65 localidades, incluyendo la ciudad de Cuernavaca, las mayores áreas de concentración son: Cuernavaca con 338,650 habitantes, fraccionamiento Lomas de Ahuatlán 8,990, Villa Santiago con 3,408, fraccionamiento Universo 1,862 habitantes.

De acuerdo con los datos del Censo General de Población y Vivienda 2010, el Municipio de Cuernavaca concentra al 20.54 por ciento del total de la población estatal, lo que explica en primer término su dinámica económica y social, aunado al papel que desempeña en el ámbito regional, no sólo dentro de la Zona Metropolitana a la que pertenece sino a su vecindad con la Zona Metropolitana de la Ciudad de México y la de Puebla, así como de los flujos migratorios provenientes de los estados de Puebla, Guerrero, Estado de México y del Distrito Federal.

Como Zona Metropolitana, para el 2012 albergaba una población de 876,083 habitantes, que representaron el 49.29 por ciento de la población total de la Entidad. De los 33 municipios los de mayor población eran Cuernavaca con 365,168 habitantes, Jiutepec 196,953 habitantes y Cuautla con 175,207 habitantes.

Para el municipio de Cuernavaca la relación hombres-mujeres es de 90 hombres por cada 100 mujeres. La edad mediana es de 29 años; la mitad de la población tiene 29 años o menos. El total de viviendas particulares habitadas es de 102,961; el promedio de ocupantes por vivienda es de 3.6 personas. Promedio en que se excluyen las viviendas sin información de ocupantes y su población estimada. De cada 100 viviendas, 2 tienen piso de tierra.

La dinámica poblacional se traduce en un flujo importante de trámites, permisos, autorizaciones y licencias, proceso que enfrenta serios problemas de tiempos de respuesta e incremento de requisitos.

El municipio de Cuernavaca ha experimentado un crecimiento poblacional sostenido llegando a pasar de 337,966 habitantes en el año 2000 a contar con 365,168 habitantes para el censo del año 2010. (INEGI).

La tasa de crecimiento promedia anual de la población para el periodo 2000-2012, correspondiente al municipio de Cuernavaca ha sido de 0.70%, cifra que refleja un crecimiento por debajo de las medias estatal y nacional. La falta de suelo disponible y el encarecimiento significativo del mismo ha originado que sean los municipios colindantes a Cuernavaca, como es el caso de Jiutepec, Huitzilac y Temixco, aquellos que han experimentado un crecimiento poblacional más significativo.

Morelos cuenta con una densidad de población de 325 habitantes por kilómetro cuadrado y los municipios que tienen mayor densidad de población son: Jiutepec con 3,683, Cuernavaca con 1,680, Zacatepec con 1,175, Temixco con 1,124, Emiliano Zapata con 1,063, y Cuautla con 1,043 habitantes por kilómetro cuadrado.

El municipio de Cuernavaca cuenta una densidad poblacional de 1,680 Hab/km² en 2012. En cuanto a la pirámide de población, el grupo más numeroso, es aquel comprendido entre los 25 y 49 años, lo que concede al municipio una mano joven que puede participar en el sector servicios, concretamente en negocios asociados a la actividad turística (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transportadoras, guías, etc).

Por otro lado, cabe resaltar que del total de población permanente del municipio, un 57.03% corresponde a personas que nacieron en la entidad, mientras que un 37.83% corresponde a aquellos nacidos en otra entidad, lo cual es un indicativo de que un gran porcentaje poblacional procede de la inmigración de otras áreas, especialmente de la Ciudad de México.

El cuadro siguiente, muestra la evolución experimenta en cuanto a porcentaje poblacional del municipio de Cuernavaca con relación al resto del estado de Morelos. Éste ha disminuido ligeramente debido principalmente al crecimiento paralelo experimentado por otros municipios del Estado que ha hecho incrementar la población total del mismo, siendo la aportación poblacional de Cuernavaca al total sensiblemente menor.

Cabe destacar el hecho de que Cuernavaca es uno de los lugares elegidos tradicionalmente por los habitantes de la ciudad de México para establecer su segunda residencia, motivados por la cercanía y buena accesibilidad a la misma así como por sus idóneas condiciones climáticas. Dato significativo es el hecho de que según el estudio de competitividad turística realizado para el estado de Morelos, el 5% de los encuestados contaba con una residencia vacacional en Morelos, mientras que sólo un 1.9% la poseía en Guerrero y un 1.6% en el Estado de México y en Guanajuato respectivamente.

Para finalizar este apartado, cabe mencionar el hecho de que en el seno de la sociedad se han producido situaciones de extorsión y robos que han difundido una imagen de inseguridad de Cuernavaca perjudicando su posicionamiento como destino turístico. Los

intentos de acabar con esa imagen a través de la difusión de números de emergencia, no han conseguido su objetivo.

Cuernavaca cuenta con una población mayoritariamente joven y ha recibido importantes aportes poblacionales procedentes de la inmigración del Estado de México, contando al mismo tiempo con un índice de población flotante significativo, esto es, visitantes que acuden al municipio en momento puntuales al contar en el mismo con una segunda residencia.

Recursos Naturales

El principal recurso natural del municipio es el parque recreativo y complejo ecológico conocido como Parque recreativo Chapultepec, un centro recreativo de unas 60 hectáreas que ha sufrido importantes obras de remodelación y ha sido recientemente reabierto al público. El lugar ha sido concebido como un espacio natural que aglutina oferta variada de juegos, y otros atractivos de entretenimiento familiar como lo es un lago natural así también dispone de establecimientos expendedores de alimentos y bebidas.

Otros recursos naturales de interés en Cuernavaca son las barrancas de Amanalco y el salto de San Antón. Por lo que respecta a las primeras, éstas se encuentran en las proximidades del Templo del Calvario y cuentan con un andador de piedra, adoquín y concreto, rodeado de abundante vegetación y en el que es posible encontrar una cascada, estanques artificiales así como un puente colgante. El espacio cuenta además con un foro para conferencias y conciertos con capacidad para 100 personas, además de una cancha acústica que es una cueva natural. Actualmente las barrancas requieren importantes labores de recuperación y acondicionamiento ya que se observa presencia de basura y vegetación en mal estado de conservación. Por otro lado, es necesario acometer mejoras como la instalación de señalización posicional, direccional e interpretativa de la flora y paisaje que se observa durante el recorrido. Finalmente se ha constatado la necesidad de proceder a la ordenación del comercio informal existente en los alrededores, así como la necesidad de incrementar la presencia de mobiliario urbano (bancas, botes de basura) adaptado al entorno natural en que se encuentra.

Por lo que respecta al Salto de San Antón, situado en el barrio del mismo nombre, éste cae por una pared vertical semicircular de 40 metros de alto, rodeado de prismas basálticos y al que se accede por una escalinata de piedra. El recurso, pese a encontrarse en las afueras del centro de la ciudad, es muy visitado por turistas que acceden al mismo principalmente en automóvil propio, situación que hace necesaria la instalación de una efectiva señalización direccional.

Una vez en el mismo, se ha constatado la necesidad de mejorar la señalización posicional y de acceso al salto, ya que los materiales y estética actual resulta poco acorde con el entorno natural en que se ubica. El espacio carece de señalización interpretativa del fenómeno de formación de los prismas y se han detectado deficiencias en la limpieza de los accesos al punto de observación del salto y en la zona de caída del salto donde se estanca el agua. En materia de mobiliario, éste se caracteriza por la presencia de botes de basura en mal estado de conservación y de estética poco homogénea, así como por bancas y barandillas que requieren importantes labores de restauración, especialmente en la zona concebida como mirador. Una mejora en el sistema de iluminación en determinados tramos y puntos clave, permitiría una mejor apreciación del recurso.

En términos generales, es posible afirmar que la ciudad de Cuernavaca no posee grandes recursos naturales aunque sí en sus proximidades y en otros municipios del Estado, que pueden servir de complemento a la visita cultural.

Recursos próximos

Se han considerado aquí algunos de los recursos de mayor atractivo en el Estado de Morelos, bien conectados con la capital, Cuernavaca, y situados en un radio de distancia de una hora en automóvil aproximadamente.

Dentro de esta categoría de recursos se incluye la zona arqueológica y museo de sitio de Xochicalco, declarada Patrimonio Histórico de la Humanidad por la UNESCO. El lugar, que cuenta con templos de veneración y pirámides del 700 d.C, se encuentra a 32 Km. al sur de Cuernavaca y ambos espacios se encuentran en buen estado de conservación.

Situado a 21 Km. de Cuernavaca tomando la Autopista a Oaxtepec, se localiza Tepoztlán, poblado considerado dentro del programa “Pueblos Mágicos” de la SECTUR Federal. En este lugar se ubica el Parque Nacional “El Tepozteco”, con la zona arqueológica del mismo nombre, ubicada en lo alto del cerro; el Exconvento de la Natividad del siglo XVI y el Museo Regional Carlos Pellicer. Cuenta además con un tradicional tianguis de gastronomía y artesanías que ocupa la plaza del pueblo. La existencia de este tianguis genera un impacto visual negativo además de convertirse en un foco de contaminación. Aunado a ello el poblado presenta un grave problema de imagen urbana debido a la instalación indiscriminada de carteles y anuncios, deficiencias en acceso y circulación por el mismo.

Otro recurso de carácter natural es el Parque Nacional de las Lagunas de Zempoala, que cuenta con láminas de agua permanente y ocasional, en un entorno de bosques y fauna abundante. En el lugar es posible realizar actividades relacionadas con la naturaleza como paseos en lancha, senderismo, paseos a caballo, existiendo zonas de acampada, juegos y senderos ecológicos. El lugar es fácilmente accesible por carretera desde Cuernavaca pero carece de una adecuada señalización de acceso, así como interna del parque y material promocional específico de la zona.

A tan solo 15 minutos de la ciudad de Cuernavaca, se encuentra el Parque Acuático ex Hacienda de Temixco, una hacienda del siglo XVI con abundantes jardines y vegetación y convertida hoy día en parque acuático y lugar de diversión familiar. Es uno de los recursos más visitados del Estado por visitantes de proximidad (de México y del propio Estado) que acuden a él para pasar el día.

Por otro lado destaca también el lago de Tequesquitengo, el cuál reúne una buena infraestructura turística en materia de alojamiento, oferta de entretenimiento y actividades deportivas en agua y los alrededores.

En general, los recursos de proximidad no se han integrado adecuadamente a la oferta turística de la ciudad de Cuernavaca, que podría convertirse en un centro distribuidor de turistas hacia el resto del Estado de Morelos.

Cuernavaca cuenta con un importante número de recursos de tipo histórico-monumental, siendo los de tipo natural menos representativos en el municipio. Por lo general, los recursos no se encuentran relacionados en torno a ejes temáticos específicos sino que se

conciben de forma individualizada. Gran parte de los recursos se ubican en el Centro Histórico, con lo cual la contemplación y el disfrute de los mismos se ven afectados por la situación de congestión vial y de actividades anteriormente descrita. Cuenta, por otro lado, con recursos de proximidad de gran interés y que podrían ser insertados como complementos a la visita de Cuernavaca o para la creación de rutas temáticas más amplias.

Infraestructura

Carreteras

La principal vía de comunicación al destino, la constituye la autopista de cuota México-Acapulco de cuatro carriles, conocida como la autopista del Sol, que cruza el estado de Morelos de Norte a Sur y permite el acceso al Municipio de Cuernavaca en menos de una hora de trayecto desde el Distrito Federal. Esta vía de acceso presenta buenas condiciones de servicio y asfaltado, y a su vez registra una dinámica importante de tráfico vehicular a que es la principal vía de acceso al estado de Guerrero y más concretamente al puerto turístico de Acapulco. En el año 2000 circularon por la misma un total de 7,390,656 automóviles (Fuente: CAPUFE). En materia de seguridad vial se incumplen con frecuencia los límites de velocidad e esta vía.

Otra vía de acceso alternativa al destino es la carretera libre federal México-Acapulco, de dos carriles, la cual también presenta buenas condiciones de asfaltado en su recorrido. Así también existe la posibilidad de acceder a Cuernavaca por la carretera libre de dos carriles desde la ciudad de Toluca o desde la Ciudad de Puebla, sin la necesidad de pasar por la Ciudad de México, lo cual supone un ahorro en tiempo y tráfico.

Dentro de este apartado cabe mencionar que actualmente se encuentra en construcción la autopista siglo XXI que unirá los puertos de Acapulco y Veracruz (Pacífico y Golfo de México), sin tener que cruzar por la Ciudad de México. Dicha vía de comunicación conectará con la autopista del Sol, al sur del Estado de Morelos, reduciendo los tiempos de desplazamiento considerablemente y facilitando la llegada de visitantes de estados y ciudades de sureste de México.

La circulación vehicular en la Ciudad de Cuernavaca, se caracteriza por el congestionamiento vial que se genera en distintos puntos de la Ciudad que es especialmente grave en la zona del Centro Histórico. Esto último debido principalmente a la trama urbana de calles estrechas y a la gran cantidad de vehículos que circulan y se estacionan en las mismas, especialmente durante los fines de semana y periodos vacacionales en los que se incrementa sensiblemente la afluencia de visitantes. La señalización vial por su parte es poco homogénea e insuficiente, lo que unido a la falta de cultura vial y respeto de las señales de tránsito de los visitantes contribuye a la sensación de poca fluidez y desorden del tráfico afectando sensiblemente tanto a la imagen como a las posibilidades de disfrute de la ciudad por parte del turista.

Por otro lado, la carencia de espacios de estacionamientos provoca que tanto la población local como el visitante compitan entre sí por las escasas plazas existentes, produciéndose frecuentemente la invasión de banquetas y estacionarse en doble fila, lo que dificulta en buena medida el recorrido que el visitante realiza por la ciudad y el Centro Histórico. A

estos problemas hay q añadir la contaminación olfativa y acústica existente derivada del denso tráfico de vehículos y del uso indebido de calles y banquetas.

En cuanto a las carreteras que conectan Cuernavaca con Tepoztlán y Xochicalco, dos importantes centros turísticos por la presencia de ruinas arqueológicas, se ha constatado que éstas presentan un buen estado de conservación y mantenimiento aunque la señalética vial de las mismas es objeto de vandalismo y se encuentra frecuentemente pintada con graffiti. Así mismo las áreas laterales de las carreteras en muchas ocasiones presentan una importante concentración de basura, a pesar de existir señales que prohíben el vertido de la misma. Un aspecto a resaltar es el peligro constante que para el conductor supone la presencia de animales sueltos en dichas carreteras (vacas, caballos, burros, perros, etc.).

Actividades Económicas

En la actualidad la actividad económica del municipio es considerada entre las más importantes del Estado, la cual se concentra principalmente en los sectores secundario y terciario; en el año 2012, los tres sectores en conjunto, emplearon a 337,869 trabajadores. El Municipio tiene un papel fundamental en la prestación de servicios de comercialización; transporte, educación y salud en la zona metropolitana, e incluso al norte del estado de Guerrero, además de ser un vínculo estratégico con la ciudad de México.

Los datos de producción para el año 2009 fueron: valor agregado censal bruto 14,903 millones de pesos. Número de empresas 24,909; de estas son micro 22,089, pequeñas 1,319, medianas 569 y grandes empresas 43. Los giros a los que se dedican son: comercio 44%, servicios 44%, industria manufacturera 8% y resto 4%.

INEGI registró en 2010 los siguientes datos de empleo: Tasa de desempleo real 17.2% Personas Ocupadas en Servicios 54.4%, en Comercio 21.6%, Industria manufacturera 12.8%, Construcción 8.8%, en Agropecuario 1.9%, otros 0.6%.

De acuerdo con datos del INEGI, para el cuarto trimestre de 2012, las personas que no recibían ingreso representaron el 7%; hasta 1 salario mínimo el 13%; de 1 a 2 salarios mínimos 24%; de 2 a 3 salarios mínimos 28%; de 3 a 5 salarios mínimos 21%; más de 5 salarios mínimos el 7%.

Referente a la pobreza, los datos relevantes del Consejo Nacional de Evaluación (CONEVAL), 2010, son: el 2.3% de la población de Cuernavaca se encuentra en pobreza extrema, el 24.2% en pobreza moderada, ambos rangos suman el 26.5% de la población en pobreza. Población con al menos una carencia social se registraba el 68%, población con ingreso inferior a la línea de bienestar 31.6%. No pobres y no vulnerables el 26.9% de la población.

La determinación de los niveles de desarrollo socioeconómico se desprende del análisis de diferentes variables, entre las que se encuentran las siguientes:

Tasa bruta de actividad económica: Indica la importancia que la población trabajadora tiene en comparación con la población total del Municipio. La tasa bruta de actividad económica de Morelos es de 35.42 y el municipio de Cuernavaca es el que alcanza el nivel más alto con el 40.30%, tasa que supera la media estatal por casi 5 puntos porcentuales.

Coeficiente de dependencia económica: Relaciona la población activa ocupada y la que no cuenta con un empleo, mide el grado de dependencia que en promedio soporta cada persona que dispone de un empleo y por tanto de un salario. En Morelos 2.82 personas dependen de cada persona que dispone de un empleo. El coeficiente más favorable es en Cuernavaca con 2.48 personas dependientes de cada individuo ocupado, cifra menor a la media estatal.

Concentración en la población del poder adquisitivo: Este indicador refleja indirectamente, la dinámica social de la economía en un territorio. En Morelos los municipios de Cuernavaca y Jojutla presentaron un rango alto de concentración poblacional del poder adquisitivo.

Cuernavaca, en su economía turística, presenta que el visitante tiene una estancia promedio de 6 horas, tiempo en el que conoce los principales atractivos turísticos ubicados en el Centro Histórico y al finalizar se retira a su casa de descanso o bien al siguiente sitio de su interés, que generalmente está en otro Estado.

Esta situación genera una baja derrama económica dentro del Municipio, el índice de pernoctar está un poco por arriba de una noche, con ello se reduce el gasto en consumo de productos y servicios que son requeridos en una estancia muy corta y se retiran con la idea de haber conocido lo más importante, sin dejar oportunidad a retornar.

En Cuernavaca, se tiene una gama de productos limitados a circuitos cortos de máximo 2 días de atención, regularmente enfocados a periodos de fin de semana, y no se han desarrollado productos de mayor extensión de días, aun cuando se cuenta con los recursos para poderlos llevar a cabo.

Por último, la economía del municipio de Cuernavaca en la actualidad se caracteriza por ser eminentemente terciaria destacado el peso predominante del comercio y los servicios de transporte, educativos, gobierno y turismo, así como la importante contribución que hace a la misma la industria manufacturera y la construcción. Cuenta, por otro lado, con un elevado índice de población ocupada, y la tasa de crecimiento de los salarios en los últimos años es superior al resto del Estado.



Desarrollo de actividades económicas en el centro histórico de Cuernavaca. Foto: GGH, 2012.



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

La oferta de productos y servicios turísticos en Morelos se distribuye de manera desigual, sin duda el destino más importante es la ciudad de Cuernavaca, alrededor de ésta se desarrollan las actividades más numerosas. Sin embargo, también existe cierta concentración en la zona de Cuautla, y se reconoce el desarrollo de los destinos de Tepoztlán, la zona de balnearios, y Tepoztlán y Tlayacapan considerados Pueblos Mágicos desde el 2002 y 2011, respetivamente.

Los distintos tipos de productos y servicios turísticos nacen a partir de la demanda de los turistas por distintas experiencias, tales son los casos del turismo cultural, turismo de salud, turismo educativo, de retirados (adultos mayores), turismo inmobiliario, de naturaleza, segmento de bodas y de negocios, entre otros.

A continuación se describen los principales nichos de producto que ofrece Cuernavaca a sus visitantes. El diagnóstico muestra que dada la proporción del tamaño del territorio de Morelos, Cuernavaca ofrece diversas opciones para los visitantes de la mayoría de los segmentos de mercado. Esto implica una ventaja sobre otros destinos turísticos, sin embargo, está oferta no se encuentra integrada, en muchos casos le falta inversión en infraestructura, servicios turísticos relacionados, promoción, comercialización, entre otros factores.

Oferta disponible para el Turismo Cultural.

El turismo cultural se define como aquel viaje motivado para conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico. Los productos que ofrece este segmento del sector turismo contienen la herencia cultural histórica, el llamado turismo de arte (producción cultural contemporánea) y la industria de creación (entretenimiento, cine y diseño de modas, entre otras) también se destacan elementos del estilo de vida del destino (creencias, gastronomía, tradiciones y folklore, entre otras). El turismo vinculado con la cultura se compone de dos tipos distintos de visitantes. Por un lado, tenemos a los turistas con interés especial en la cultura; el otro tipo, se compone de los turistas con interés ocasional en la cultura los cuales pertenecen a segmentos turísticos con diversas motivaciones (turismo alternativo, negocios, premium, entre otros), en ellos la cultura es un valor agregado.

Cuernavaca cuenta con un patrimonio cultural integrado por su riqueza histórica, arqueológica prehispánica y por su legado histórico-monumental posterior a la conquista española. A pesar de esta importante riqueza patrimonial, los programas de apoyo al turismo cultural en México son aún incipientes. A pesar de las limitaciones la Asociación de Museos de Morelos junto con el Fideicomiso de Turismo (FITUR) unen esfuerzos para promocionarse y tratar de aumentar el interés de los visitantes por el legado cultural e histórico de Cuernavaca. Capillas y templos del siglo XVI, XVII, XVIII y XIX en el centro histórico y en los pueblos y barrios de Cuernavaca. San Antón, Santa María Ahuacatlán, San Salvador Ocotepec, Ahuatepec, San Miguel Acapantzingo, Tepetates, Gualupita, Tlaltenango, San Jerónimo, San Francisco, San José el Calvario, templo de Guadalupe, Ex convento de la asunción de María, Capilla del Carmen, Capilla de tercera orden de San Francisco, Capilla del Carmen, Capilla abierta de San José, Capilla de Los Reyes Magos, Capilla de San Pablo, Capilla de Amatitlán.

Así mismo, El Castillito y Hotel Moctezuma de 1900 y 1903 respectivamente, Hacienda de Amanalco del siglo XVI, Acueducto de Gualupita del siglo XVIII, Finca del Olindo (sede del INAH) siglo XVIII, los más sobresalientes.

Los recursos que genera el turismo cultural representan una fuente de recursos para conservar el patrimonio histórico y cultural de Cuernavaca, por ello aplicar estrategias de inversión en infraestructura para mantener en valor las zonas arqueológicas, las haciendas, los conventos, entre otros lugares de interés estratégico.

Existen distintos centros culturales en Cuernavaca que se pueden aprovechar para generar mayor derrama económica para el gobierno, inversionistas y las comunidades vinculadas a los recintos, para lograrlo se debe invertir en infraestructura y servicios turísticos de calidad. La importancia del turismo cultural se mide por medio de la cantidad de zonas arqueológicas y museos, así como por el número de visitantes a éstos.

En primer lugar destaca el bien conservado Palacio de Cortés, situado estratégicamente en el Centro Histórico de la ciudad, y sede del Museo Regional de Cuernavaca. Constituye uno de los recursos más emblemáticos de la ciudad y uno de los que mayor número de visitantes recibe a lo largo del año. Se encuentra en buen estado de conservación y correctamente señalizado tanto en su exterior como en su interior. Se llevan a cabo visitas guiadas con lo cual es posible interpretar correctamente el edificio así como las obras que contiene. Únicamente se ha detectado la necesidad de incidir en una mejora de la iluminación nocturna así como en la señalización direccional que permita el acceso desde distintos puntos de la ciudad y la interpretativa, de forma que aunque no utilice los servicios guiados, pueda interpretar por sí mismo el recurso y su obra. Quizá su contenido es demasiado diverso profundizando poco en las épocas o personajes que en él se refieren.



Atractivos turísticos considerados patrimonio cultural edificado en el centro histórico de Cuernavaca, La Casona Spencer, el Jardín Borda, el Cine-Teatro Morelos y el Museo de la ciudad. Foto: MGV, 2010.

Dentro de las edificaciones religiosas, destaca por su magnitud y carácter igualmente emblemático la Catedral de la Asunción, edificada en el siglo XVI y que ostenta a día de hoy la catalogación de Patrimonio Cultural de la Humanidad. La Catedral en sí, es un conjunto de edificaciones entre las que se encuentran tres templos, una capilla abierta, un atrio, la Iglesia de la Asunción y el convento del mismo nombre. Aunque se encuentra en buen estado de conservación, son necesarias actuaciones de remozamiento de fachadas al igual que una mejora de la señalización de acceso, posicional e interpretativa de sus espacios.

El municipio cuenta asimismo con otros edificios religiosos de interés localizados fuera del Centro Histórico como el Templo de San José del Calvario, edificación que data de 1900, frente al cual se encuentra el Chapitel del Calvario, monumento permanente construido en 1538, uno de los pocos o quizá el único ejemplo del plateresco en Cuernavaca. Hoy día presenta un buen estado de conservación pese a que en sus alrededores se encuentran vendedores ambulantes y se ha detectado presencia de basura. Cuenta asimismo, con el templo de Nuestra Señora de Guadalupe, obra arquitectónica que data de 1784 en cuya fachada es posible observar la imagen de la Virgen de Guadalupe en altorrelieve y con altar de estilo neoclásico. Otras iglesias en las afueras son las del Divino Salvador en Ocotepéc, la Iglesia de Tlaltenango o la Iglesia de Los Reyes Magos en Tetela del Norte.

En términos generales, es necesario acometer en relación al patrimonio religioso mejoras de materia de remozamiento, restauración y limpieza de las fachadas. Por otro lado, se ha constatado la ausencia de material promocional adecuado y con información detallada de los edificios y sus singularidades, así como la ausencia de conexión entorno a una ruta de temática común que enlace las diferentes edificaciones situadas en la ciudad y localidades vecinas.

Otro recurso que guarda una riqueza histórica invaluable es la zona arqueológica de Teopanzolco, enclavada en la ciudad de Cuernavaca. Caracterizada por su fragilidad y necesidad de protección, en la actualidad se están realizando acciones de restauración y conservación que han garantizado el buen estado de conservación del recurso. Se ha constatado, no obstante, con motivo de las visitas al recurso, la necesidad de mejorar tanto la señalización interna del espacio como la interpretación del mismo.

Otro recurso histórico a destacar es la Hacienda de Cortés, monumento histórico que en la actualidad cuenta con algunas partes habilitadas como hotel y restaurante, y que pese a su singularidad no aprovecha las oportunidades turísticas de que dispone.

De los edificios públicos que destacan por su arquitectura e historia son el Palacio de Gobierno, ubicado en el Centro Histórico de la ciudad, el cual alberga distintas dependencias del gobierno estatal. El Palacio Municipal, edificio con una larga historia se encuentra ubicado enfrente a la Catedral, y responde a la arquitectura de las casas virreinales, con un gran patio central y sendos corredores con arcos, en el patio del recinto se llevan a cabo actividades sociales, políticas y culturales.

Son abundantes también, las plazas y jardines que, aunque de reducidas dimensiones, desempeñan un importante papel como lugares de esparcimiento de visitantes y ciudadanos. Entre ellos destacan el Jardín Borda, ubicado frente a la catedral y concebido actualmente como zona de descanso en el corazón de la ciudad. Funciona así mismo como museo y parte integral del instituto de cultura de Morelos, organismo que organiza

en el mismo, actividades culturales y artísticas, su estado de conservación precisa de mejoras sustanciales tanto en el cuidado e interpretación de la flora como en la zona del estanque.

Otro de estos espacios es el Jardín Morelos, junto al Palacio de Cortés, en el centro de Cuernavaca que cuenta con un singular kiosco traído de Inglaterra en 1890 al fondo del cual es posible observar una estatua de José María Morelos y Pavón. Este espacio alberga un mercado de artesanías. Finalmente, destacar el Jardín Revolución o Juárez, junto a la Catedral y Palacio de Gobierno. En general, estos espacios se caracterizan por la necesidad de ordenar la presencia de comercio ambulante y por la necesidad de mantenimiento y conservación de las áreas verdes.

La mayor parte de los recursos histórico-monumentales se concentran en el Centro Histórico de la ciudad, encontrándose muy próximos entre sí y siendo muy fácil desplazarse de unos a otros. Sin embargo, la trama urbana del centro y los graves problemas que presenta en cuanto a circulación vehicular, aparcamiento y utilización indebida de la vía pública dificultan el disfrute de los mismos por parte de los visitantes, generando una sensación de congestión excesiva. Los horarios de apertura de los sitios son adecuados sin embargo en muchos casos no están a la vista del visitante a través de algún cartel o panel interpretativo. Parece común a todos ellos, la ausencia de una señalización propiamente turística y homogénea de tipo direccional, posicional, e interpretativa, así como la necesidad de incidir en la instalación de mobiliario urbano homogéneo y acorde con el entorno histórico en que se ubica, especialmente en materia de bancas, botes de basura, iluminación, etc.



El castillito, museo de fotografía antigua en el centro histórico de Cuernavaca. Foto: GGH, 2013.

Oferta disponible para el Turismo de Salud.

En nuestro país, la utilización de las aguas, principalmente aguas termales, ha dado paso a los tradicionales establecimientos de parques acuáticos, balnearios, clubes deportivos, albercas, saunas, hidromasaje, así como spa's, los cuales se han desarrollado apegados a los estándares mundiales en servicio y calidad. El tipo de visitante de este segmento de mercado busca productos que incluyan spa's, se estima que la estancia promedio es de cinco días, contra tres del turista tradicional, además de que por la adquisición de gran variedad de productos y servicios, gasta normalmente cinco veces más que un visitante común; por consiguiente se trata de un visitante repetitivo, debido a la necesidad que se adquiere de continuar sus tratamientos, todo esto según un estudio publicado por la SECTUR.

La Secretaría de Turismo de México ha editado una Guía de Establecimientos de SPA en el país con la siguiente clasificación:

- a. SPA de Acondicionamiento Físico y Belleza (BWFS, por sus siglas en Inglés) Incluye todo sobre el cuidado y tratamientos de belleza y la piel, terapias, masajes, servicios de salón de belleza y gimnasio. Una opción para aquellos que buscan la experiencia de relajamiento y cuidado.
- b. SPA de Aventura (AS) Permite al viajero disfrutar de unas vacaciones fuera de serie, donde podrá realizar algunas actividades como: caminatas, ciclismo, rafting, arqueología, observación de flora y fauna exótica entre otras cosas, adicionales a los servicios que recibirá en el SPA.
- c. SPA Holístico o Refugio de Nueva Era (NA-HS) Se ofrecen programas de salud y bienestar bajo el concepto de vida integral: cuerpo, mente y espíritu, básicamente enfocado en la meditación, alimentos y remedios o terapias naturales.

Este tipo de negocios está estrechamente ligado con otros nichos de servicios turísticos, de tal manera que adicionalmente a los objetivos propios del turismo de salud como el mejoramiento físico y mental, se combine con convenciones, programas de incentivos para ejecutivos de empresas importantes y otras actividades de entretenimiento. Por lo que respecta a los visitantes nacionales, en el caso específico de Cuernavaca, el Distrito Federal es el principal proveedor de usuarios debido a su cercanía con ambos destinos, aunque se sabe que por su prestigio Cuernavaca recibe visitantes de muchos estados.

Morelos es un estado rico en recursos hidrológicos, los cuales contienen mayores propiedades químicas y físicas, idóneas para la recreación, esparcimiento, restablecimiento y recuperación del cuerpo humano.

Cuernavaca tiene todo para posicionarse en el primer lugar de competitividad en este nicho de producto. A nivel nacional, sus ventajas comparativas de clima, cercanía con la zona metropolitana más grande del país, la hospitalidad de la gente, la calidad del servicio y su posicionamiento a nivel internacional²¹ son factores que deben ser aprovechados para dar mayor impulso a un nicho de producto con un pronóstico de crecimiento real en el mediano plazo.



Imagen de estudiantes de español en Cuernavaca, imagen de AIPEEC, tomada de internet, 2013.

Oferta disponible en Turismo Educativo.

Reconocida a nivel internacional, Cuernavaca ofrece desde 1961 sus prestigiosas escuelas de español para extranjeros, donde enriquecen la enseñanza con cursos vivos de arte, cultura mexicana y latinoamericana, por lo que también se le conoce como el "Centro mundial para el aprendizaje del español".

A nivel internacional, en el mercado de escuelas de español, Morelos ocupa el segundo lugar en importancia después de Salamanca, España, el tipo de cambio los hace competitivos frente a sus competidores. La mayoría de las escuelas imparten sus clases en casas adaptadas para este propósito y los estudiantes son hospedados en casas de familias inscritas en programas de intercambios académicos. Este tipo de hospedaje se da en todo el mundo por parte de la hospitalidad de las familias, no debe generar impuesto pues haría que este nicho de mercado perdiera competitividad frente a otros países como Guatemala.

Las escuelas de español promueven la cultura y tradiciones de México y Morelos, realizan visitas guiadas a sitios de interés turístico o a visitar personalidades del medio cultural que tienen su residencia en Morelos.

Asimismo, algunas de las escuelas se agrupan en la Asociación de Institutos para la Enseñanza del Español en Cuernavaca (AIPEEC) que agrupa a 11 escuelas en Morelos. Además, existen otras 20 escuelas no afiliadas a esta asociación. Todas las escuelas se encargan de promocionar a Morelos por todo el mundo como una opción para aprender el idioma español, para ello asisten a ferias internacionales especializadas para promocionar la oferta educativa.

Básicamente la comercialización del servicio se realiza a través de Internet; a cada persona que pide información sobre alguna escuela por medio del Internet se le responde de manera inmediata para buscar convencerlos para que se decidan a visitar Morelos para aprender el español. El análisis de REDES del 2006 indica que este nicho de producto genera la más alta estadía de todos los motivos de viaje evaluados (4.79 días), el tamaño de grupo es de 1.8 personas, el gasto promedio diario por persona es de \$290 pesos, el número de visitantes es de caso 400,000 (3.4% del total) en conjunto el gasto total es de 556 millones de pesos (5.3% del gasto total).

Oferta disponible en Turismo de Naturaleza.

El turismo como actividad económica y social debe responder a las preferencias del consumidor; el nuevo tipo de turista busca aprovechar su tiempo libre, en espacios geográficos con recursos naturales y culturales.

El turismo actual debe contribuir a la conservación de los recursos, mediante una planeación integral sobre el uso y manejo de éstos, así como establecer y desarrollar una cultura turística de cuidado al medio ambiente y al patrimonio cultural. Para responder al cambio de preferencias del turista surge el turismo alternativo, el cual permite al hombre reencontrarse con la naturaleza, reconocer el valor de la interacción con la cultura urbana y rural.

En esta modalidad turística, Cuernavaca cuenta con algunos parques temáticos éxitos, tales como, el Parque Ecológico de Chapultepec, Parque Ecológico San Miguel Acapatzingo y el Parque Solidaridad. La operación está a cargo de la Secretaría del Medio Ambiente, la cual lleva a cabo programas de educación ambiental para promover el desarrollo sustentable. Los programas están dedicados a grupos de niños, jóvenes, adultos y adultos mayores. El Parque Ecológico de San Miguel Acapatzingo, el cual se construyó sobre lo que era el Centro de Readaptación Social del Estado de Morelos, enclavado en el centro de la ciudad de Cuernavaca; cuenta con pista de corredores, triciclopista, espejo de agua, albergará el museo de las ciencias, además ofrecen un espectáculo nocturno de fuentes bailarinas.

Oferta disponible en Retirados (Adultos Mayores).

El turismo de retirados o de adultos mayores se define como aquel que practican las personas de la tercera edad. Se estima que el mercado potencial de retirados nacionales crecerá en los próximos años, dada la estructura actual de la pirámide poblacional, en la actualidad son poco más de 7 millones de retirados con de los cuales sólo el 21 por ciento cuentan con una pensión. Se estima que el valor del turismo nacional de retirados es de 552 millones de dólares lo cual implica una cuota del 1.04% de los ingresos totales captados por turismo doméstico.

En contraste, el mercado de jubilados de Estados Unidos y Canadá (los llamados *baby boomers*) se estima en 76 millones de personas con un nivel de ingreso alto. De acuerdo con estimaciones de *Menlo Consulting Group*, el volumen real de retirados estadounidenses en México asciende a 933 mil personas, representando un 10.4 por ciento del total de turistas receptivos de ese país. El gasto promedio por viaje del turista retirado estadounidense es de \$433 dólares. Por lo tanto, el valor del turismo estadounidense de retirados en México es de 404 millones de dólares lo cual representa el 6.18 por ciento de los ingresos totales captados por turismo internacional.

Por su parte, el volumen real de retirados canadienses en México asciende a 113.3 mil personas, representando un 30.2 por ciento del total de turistas receptivos de ese país, con un gasto promedio de 255 dólares por viaje. Por lo tanto, se estima que el turismo canadiense de retirados aportó 28.9 millones de dólares – igual a una participación del 0.44 por ciento de los ingresos totales por turismo internacional. En síntesis, el valor de este nicho de mercado contribuye con 433 millones de dólares, representando el 6.62 por ciento de los ingresos totales captados por el turismo internacional receptivo. Dada la estadía, gasto promedio y derrama en divisas que genera este segmento se sugiere implementar un programa destinado a atraer este nicho de mercado a Morelos, de manera específica, a Cuernavaca.

Ante esta dinámica del mercado se sugiere diseñar esquemas para atender a los adultos mayores en el aspecto turístico, garantizándoles productos y servicios de calidad; lo interesante radica en la posibilidad de regular la estacionalidad de la demanda de hospedaje, debido a que este segmento cuenta con mayor disponibilidad de tiempo, y algunos con capacidad económica para realizar actividades turísticas dentro y fuera de sus países. Por ello, representan un importante nicho de mercado para los prestadores de servicios turísticos de Cuernavaca. Asimismo, si se integra una comunidad de retirados en Cuernavaca, será de gran relevancia porque se espera que este grupo genere más visitantes, los cuales pueden aumentar la derrama económica relacionada con el turismo en el estado. Se estima que cada retirado recibe entre 4 ó 5 visitantes al año, algunos de ellos se hospedaran en hoteles, lo cuál se verá reflejado en mayores índices de ocupación hotelera.

En el “Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo de Retirados” publicado por la SECTUR México en el 2002 se ubica a Cuernavaca en el lugar 7 de un total de 12 destinos nacionales previamente seleccionados.

Cuernavaca podría ubicarse en mejor posición competitiva gracias a su cercanía con el Distrito Federal es un destino ideal para planear el retiro, además la oferta de casas de retiro es interesante.

Las condiciones se ordenan en función de la importancia que tienen para los potenciales residentes para elegir el lugar de retiro. Por ello, es necesario poner atención en mejorar la percepción del mercado sobre éstas y generar una comunidad de retirados importante no sólo en Cuernavaca, sino en otras ciudades de Morelos. La percepción sobre Morelos como destino seguro ha venido mejorando desde hace ya varios años, sin embargo, aún puede ser una amenaza para los retirados que buscan paz y tranquilidad en los destinos. Por otra parte, el Centro Histórico de la ciudad de Cuernavaca como se encuentra en la actualidad constituye una debilidad, por el tráfico, el comercio ambulante y la falta de servicios atractivos para acudir a éste.

Los servicios de salud y hospitales son fundamentales en la elección del lugar de retiro, por ello se debe buscar integrar un cluster de salud con hospitales públicos y privados de calidad, para no tener que trasladarse hasta la ciudad de México en busca de ayuda médica en caso de emergencia. Si se mejora en este aspecto se espera un aumento importante en el número de comunidades de retirados en el estado. Los requerimientos en infraestructura y servicios turísticos, así como apoyos de organizaciones no gubernamentales, marco jurídico y capacitación y recursos humanos relacionados con la salud son elementos que influyen en la elección del destino de retiro, la importancia de cada elemento depende del nicho de mercado, la división entre nacionales e internacionales responde a esas diferencias, tal como se muestra en el siguiente cuadro. Los retirados de origen internacional utilizan con más frecuencia el aeropuerto, la telefonía, el Internet, los bancos y casas de bolsa, farmacias y boticas y los hospitales y clínicas.

Oferta disponible en Turismo Inmobiliario.

Una de las modalidades particulares del turismo no hotelero, es la que se refiere al turismo de segundas residencias o turismo inmobiliario, el cual se define como: “aquel por el cual las personas acuden a un destino o una localidad que no es forzosamente turística per se, donde tienen la posesión por compra, renta o préstamo de un inmueble en el cual pernoctan y realizan actividades de ocio y esparcimiento”. México representa una oportunidad de inversión sólida en el mercado de bienes raíces, debido a que constituye una oportunidad de ingreso en el corto plazo por concepto de renta de la propiedad, además dado el aumento en la demanda por vivienda, en algunas zonas se está incrementando el precio de éstas. La mayoría de los inversionistas de bienes raíces saben que el nicho de mercado para revender o rentar las propiedades se basa en el mercado de retirados y en el turístico. Como se describió antes, el mercado de retirados muestra un crecimiento a medida que los baby boomers llegan a su edad de retiro, además este nicho no sólo se restringe a los ciudadanos de Norte América, debido a que los retirados de Europa también están interesados en climas cálidos, para lo cual buscan rentar propiedades para pasar una temporada.

Las estadísticas estiman que entre 300,000 y 500,000 americanos y canadienses toman vacaciones por más de cuatro meses cada año en nuestro país, estos números pueden incrementarse si se incluyen a los retirados de Europa. Este segmento de mercado está dispuesto a pagar por rentas mensuales para pasar temporadas en destinos turísticos atractivos, o incluso a comprar propiedades dado que actualmente los precios son significativamente menores en México, aunque a medida que aumente la demanda los precios aumentarán.

Para ofrecer un producto atractivo en el mercado el turismo de segundas residencias debe incluirse una oferta de servicios turísticos complementarios para propiciar el ocio y esparcimiento. De esta forma, si se quiere atraer un nicho de mercado de ingresos altos y medios, se puede fomentar el desarrollo de conjuntos residenciales con campos de golf, paradores turísticos y productos y servicios turísticos de calidad para aumentar la derrama económica. Resulta interesante notar que, según el reporte de Softec de 2004, el mercado de vivienda de interés social disminuyó para los promotores en 11.6 por ciento en 2003, mientras los niveles medios y superiores crecieron a más de 50 por ciento, en el caso del mercado para niveles medios, debido a la agresiva promoción de las Sofoles para este estrato social. Según este reporte los desarrolladores de vivienda han conseguido aumentar su participación de mercado del 50% que tenían en 1998 al 77 por ciento en el 2003 (Softec, 2004). Durante los últimos años, los bajos niveles de inflación han generado tasas de interés accesibles para que los bancos comerciales y otras instituciones ofrezcan créditos hipotecarios con plazos y tasas accesibles, esto ha propiciado un aumento considerable en el mercado de vivienda durante los últimos años, sólo en el Estado de Morelos la industria de la construcción tuvo un crecimiento real del 17% en un solo año (2003-2004 según datos del INEGI).

Así pues, el turismo inmobiliario, se constituye en un nicho de producto diferente al tradicional, el cual genera una dinámica propia, por la inversión a largo plazo, genera derrama económica, empleos e impuestos, entre otros ingresos para las comunidades locales. Dados estos beneficios, Morelos puede aprovechar la inercia que desde hace muchos años se ha generado en la construcción de casas de segunda residencia. El fenómeno existe prácticamente sin que el gobierno realice nada para promoverlo, por lo tanto se debe aprovechar la derrama económica que pueden generar las personas que acuden los fines de semana de visita al estado. Más que ver los costos que implica este tipo de turismo –sobre todo para los hoteleros- se deben ver los beneficios, los cuales inician con los impuestos y derechos que pagan directamente al estado (predial, luz, agua, entre otros), además de los empleos directos e indirectos que genera. En particular, se benefician los trabajadores de la construcción, ya que cualquier proyecto genera empleos mientras se construye la obra, y otros tantos empleos formales cuando empiezan a funcionar los desarrollos.

Oferta disponible para el Turismo de Negocios y Reuniones.

El crecimiento de los mercados a nivel internacional, producto de la globalización económica, influye de manera directa en el segmento de turismo de negocios, el cual se traduce en la estructura de las llamadas convenciones, congresos, ferias, exposiciones y viajes de incentivos, entre otros. En el ámbito turístico, lo anterior es conocido como turismo de reuniones de negocios.

Los pronósticos del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) indican que este nicho de producto crecerá en los siguientes 10 años, su gran ventaja es que regula la estacionalidad de la demanda, mejora la ocupación en temporadas bajas y contribuye a elevar el gasto promedio por persona de los visitantes de tres a siete veces mayor que el del turista tradicional.

En los últimos seis años, el turismo de negocios en México representó 24 millones de visitantes, más de diez mil millones de dólares de inversión y 12 mil millones de dólares de ingreso de divisas. En el último año (2012), este segmento generó 471 millones de dólares en divisas para México y 585 mil 636 turistas.

Por lo anterior, el CPTM apuesta por el turismo de negocios o de reuniones como parte de las estrategias del gobierno federal para incrementar a 35% el número de visitantes de internación al término del 2013. Si este objetivo se cumple se estima un incremento en la derrama de divisas, sin embargo, para lograrlo hay que incrementar la infraestructura, capacitar al personal y mejorar los servicios que se ofrecen a los organizadores de eventos para captar más congresos y convenciones.

El estudio de REDES ubica al turismo de negocios o reuniones (incluye las variantes de congresos y convenciones tales como Congresos, Convenciones, Ferias y Exposiciones y Viajes de incentivo) es el tercer motivo para acudir a Morelos (16%), sólo lo superan visitas a familiares y amigos (29%) y descanso, placer y diversión (29%). El turismo de negocios o reuniones genera una derrama cercana a los 2 mil 400 millones de pesos (23% de la derrama total). Además, este segmento regula la estacionalidad de la demanda, mejora la ocupación en temporadas bajas y contribuye a elevar el gasto promedio por persona.

Dado lo anterior, el Centro de Convenciones ubicado en el municipio de Xochitepec, será un polo de desarrollo de éste segmento de mercado a mediano y largo plazo. En el diagnóstico se recabaron distintas opiniones sobre su ubicación, factibilidad de desarrollo en el tiempo, ventajas-desventajas, entre otros elementos.

La ventaja principal de la construcción del Centro de Convenciones es que puede constituirse como un polo de desarrollo en una zona distinta del estado, por lo tanto se espera que se canalicen muchas inversiones en los próximos años para esa zona del estado.

Las principales desventajas radican en su lejanía de la ciudad de Cuernavaca, lo cual aumenta los costos de realizar una convención en el recinto, debido a la complicada logística y al reducido número de habitaciones cercanas a éste. Además, se requiere de vías alternas para acceder rápidamente a éste debido a los problemas de tráfico en la Autopista del Sol.

Para complementar la prestación de servicios en los hoteles, en algunos de ellos se invierte en salones para eventos, con ello buscan diversificar su oferta de servicios y aumentar sus ingresos mediante nuevos nichos de producto como turismo de negocios, eventos y convenciones, bodas, entre otros.

Oferta disponible para el turismo de Bodas.

Es una actividad turística de gran importancia para Cuernavaca y el Estado de Morelos. El mercado más importante es la Ciudad de México con el 09%, el local tiene el 5%, Monterrey, Guadalajara y Estado de México el 5% restante.

El último año (2012), este segmento generó más de 65 millones de pesos. Los presupuestos por cada grupo van desde \$50,000.00 en adelante.



Imagen de bodas en Cuernavaca, uno de los destinos más importantes en el país, tomada de internet, 2013.

Cuernavaca se ha desarrollado aspiracionalmente como uno de los destinos más populares para bodas, competido únicamente por Acapulco que es líder en este segmento. La oferta se concentra en Cuernavaca y zonas aledañas. El sábado es el día más solicitado, ocasionalmente los viernes o domingos. Se considera que el 20% de los invitados a las bodas pernocta en hoteles. Los organizadores proponen paquetes de bodas de 2 días y la tercera noche es gratis. El promedio de “no show” a las bodas es del 7% al 15%. Por cada tres invitados se generan 1.8 empleos directos. Los organizadores de bodas de Cuernavaca traen grupos del D.F. Los motivos principales para organizar bodas en Cuernavaca son los atractivos naturales, la belleza de los recintos, el clima, cercanía y calidad del servicio. El promedio de invitados es de 250 con un gasto de \$800.00 por persona.

Identificación de la problemática de los recursos turísticos.

Existe una oferta de servicios turísticos variada en buena parte del estado, los cuáles están próximos a Cuernavaca ofreciendo distintas opciones accesibles a todo tipo de presupuesto y preferencias.

El diagnóstico revela que en general, la integración de una oferta de productos y servicios complementarios para ofrecer al turista es precaria, debido a la carencia de oficinas administradoras de destino en algunos segmentos de mercado con potencial de desarrollo. Esto limita la derrama económica que puede generar el turismo para los morelenses, para aprovechar el potencial de un producto turístico se debe invertir en su desarrollo y darle al turista todas las facilidades para llegar a éste.

A pesar de que el turismo representa una actividad económica en ascenso el presupuesto que se le asigna no corresponde con las necesidades de inversión que requiere el sector, si bien es cierto que la mayor parte de la inversión la realizan los privados, también el gobierno local y municipal debe invertir en infraestructura urbana para mantener el atractivo del destino, mantenimiento de monumentos históricos, señalización turística, debe cuidar la calidad del transporte público y el paisaje urbano (que incluye la reglamentación de anuncios espectaculares), entre otros.

Los gobiernos municipales tienen la facultad legal de regularizar la apertura anárquica de puestos ambulantes (principalmente en las carreteras) que venden bebidas alcohólicas sin autorización, ello genera una mala imagen urbana y aleja al turismo de mayormer derrama, por lo tanto, lo que pudiera ser benéfico para algunas personas en el corto plazo, se convierte en un riesgo para el destino en su conjunto.

La ocupación de la ciudad de Cuernavaca durante el 2012 se ubicó en 37.61 por ciento en promedio, contra 33 por ciento de Cuautla que ha venido disminuyendo. La ocupación de promedio de Morelos (37%) se ubica trece puntos por debajo del promedio de ocupación nacional (50%). Estos indicadores reflejan el bajo posicionamiento del turismo para Cuernavaca, por lo que se deben redoblar esfuerzos de inversión en distintos productos y servicios turísticos para aumentar el gasto y la estadía promedio.

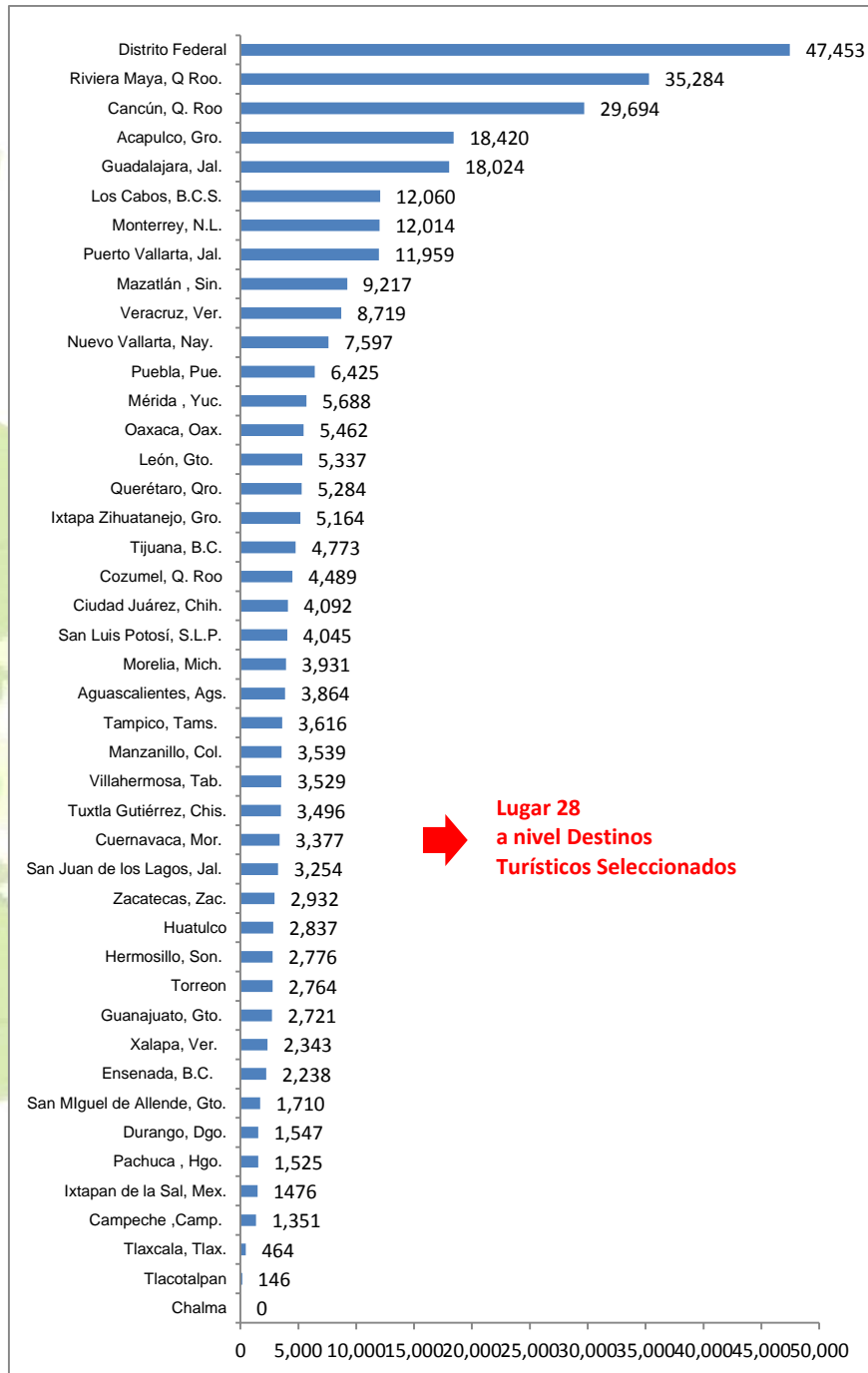
Para promover la integración en la prestación de servicios de distintos nichos de producto se debe impulsar una estrategia de armado de producto turístico, la cual debe partir de la idea de que a pesar de la probada vocación turística del estado de Morelos sería imposible pretender el desarrollo de la actividad turística en todos sus Municipios. Por lo anterior, resulta necesario enfocar la acción gubernamental en aquellos destinos que presenten posibilidades reales de incorporarse al desarrollo turístico.

Asimismo, la prestación de servicios turísticos con calidad total que demanda el turista en la actualidad debe partir de poner en condiciones óptimas a los distintos atractivos turísticos de Morelos, ello implica hacer una labor de inversión pública y privada que rescate los atractivos de cada zona. De esta forma al contar con un producto integrado, los emprendedores de agencias de viajes buscarán llevar turistas a estos destinos.

III. Evaluación cuantitativa y cualitativa de la oferta de hospedaje de Cuernavaca.

Cuernavaca ocupa el lugar número 28 en número de cuartos en comparación con los destinos turísticos seleccionados a nivel nacional.

Comparativo de Cuartos de Cuernavaca vs. destinos turísticos seleccionados. (2012)



Oferta Turística de Cuernavaca Destino Turístico.

En el 2012, el número de establecimientos de hospedaje de Cuernavaca registrados en el Compendio Estadístico de Turismo de México ascendió a 121. Cuernavaca concentra el 36.12 por ciento de la oferta total de hoteles a nivel estatal, Cuautla con el 13.13 por ciento, Tepoztlán con 12.54 por ciento y Yauhtepec con 5.7 por ciento.

Cuernavaca: Evolución de los establecimientos de hospedaje de Cuernavaca y municipios seleccionados (2001-2012)

Municipio	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	%	TMCA
Estado	223	254	295	216	258	326	335	263	265	560	341	335	100	3.33
Cuautla	32	32	32	30	31	34	34	32	44	51	39	44	13.13	2.62
Cuernavaca	82	86	95	68	111	118	118	102	88	133	121	121	36.12	3.19
Jiutepec	12	12	20	11	12	17	17	10	10	20	14	14	4.179	1.28
Jojutla	28	29	25	25	25	28	28	9	9	38	21	14	4.179	-5.95
Miacatlán	3	4	5	2	2	13	6	1	1	14	2	12	3.582	10.91
Puente de Ixtla	6	6	17	7	7	11	10	23	23	26	7	9	2.687	3.32
Temixco	5	6	12	6	7	9	9	8	8	18	9	9	2.687	4.78
Tepoztlán	9	23	26	19	19	20	27	23	25	70	22	42	12.54	12.05
Tlayacapan	1	5	4	4	3	6	7	1	1	12	6	7	2.09	14.97
Xochitepec	7	7	10	5	5	7	7	6	6	38	8	11	3.284	3.70
Yauhtepec	19	20	23	17	16	22	44	21	21	49	61	19	5.672	0.00
Resto de los Municipios	19	24	26	22	20	41	28	27	29	91	31	33	9.851	4.50

Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Anuario Estadístico de Morelos, INEGI (2001-2012)

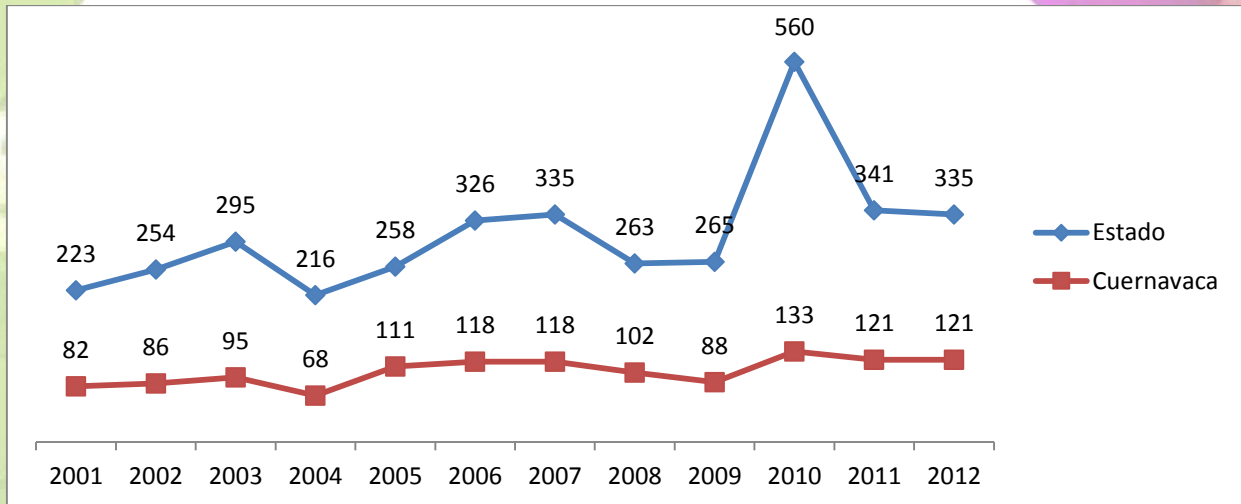
La oferta hotelera ha tenido una evolución diferente y significativa, durante el período del 2000 al 2012 se observa un crecimiento superior en el número de establecimiento de hospedaje al resto de los municipios de Morelos, con una tasa de crecimiento media anual del 3.19 por ciento

Cuernavaca: Evolución y participación porcentual de los establecimientos de hospedaje de Cuernavaca respecto al estatal (2001-2012)

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	TMCA
Estado	223	254	295	216	258	326	335	263	265	560	341	335	3.33
Cuernavaca	82	86	95	68	111	118	118	102	88	133	121	121	3.19
% Participación	36.77	33.86	32.2	31.48	43.0	36.2	35.22	38.78	33.21	23.75	35.48	36.12	

Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Anuario Estadístico de Morelos, INEGI (2001-2012)

Cuernavaca: Evolución de la oferta de establecimientos de hospedaje del Estado de Morelos vs. Cuernavaca (2001-2012)



Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Anuario Estadístico de Morelos, INEGI (2001-2012)

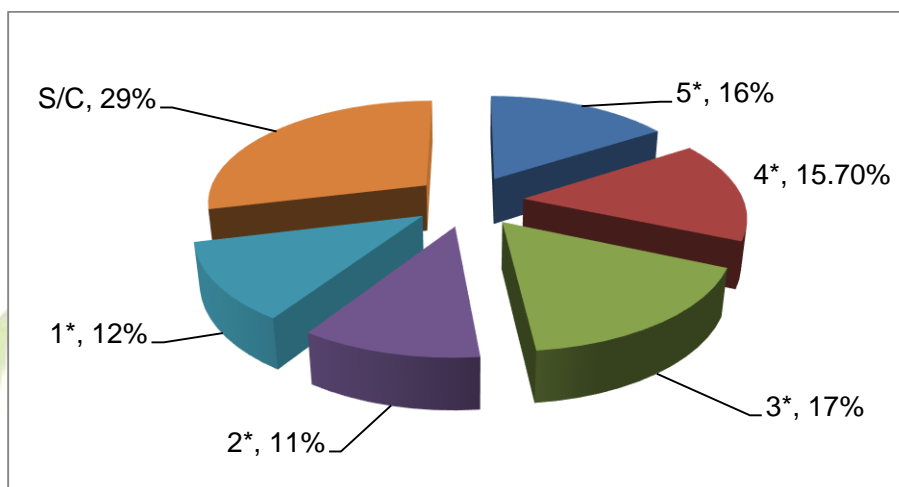
Cuernavaca: Establecimientos de hospedaje según categoría turística. (2001-2012)

Año	Total	Var. %	5*	Var. %	4*	Var. %	3*	Var. %	2*	Var. %	1*	Var. %	S/C	Var. %
2001	82		9		20		8		10		15		20	
2002	86	4.65	9	0.00	19	-5.26	12	33.33	10	0.00	15	0.00	21	4.76
2003	95	9.47	9	0.00	19	0.00	16	25.00	13	23.08	17	11.76	21	0.00
2004	68	-39.71	11	18.18	17	-11.76	11	-45.45	10	-30.00	15	-13.33	4	-425.00
2005	111	38.74	14	21.43	20	15.00	18	38.89	15	33.33	23	34.78	21	80.95
2006	118	5.93	14	0.00	21	4.76	18	0.00	15	0.00	26	11.54	24	12.50
2007	118	0.00	14	0.00	21	0.00	18	0.00	15	0.00	26	0.00	24	0.00
2008	102	-15.69	20	30.00	22	4.55	22	18.18	16	6.25	7	-271.43	15	-60.00
2009	102	0.00	20	0.00	23	4.35	22	0.00	17	5.88	6	-16.67	15	0.00
2010	133	23.31	20	0.00	19	-21.05	24	8.33	13	-30.77	7	14.29	50	70.00
2011	121	-9.92	19	-5.26	19	0.00	20	-20.00	13	0.00	15	53.33	35	-42.86
2012	121	0.00	19	0.00	19	0.00	20	0.00	13	0.00	15	0.00	35	0.00
TMCA (2001-2012)	3.19		6.04		0.43		7.35		2.16		0.00		4.56	

Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Anuario Estadístico de Morelos, INEGI (2001-2012)

En el 2012, Cuernavaca registró 121 hoteles. El 31% de la oferta de hoteles se ubica en las categorías de 5* y 4* estrellas, el 17% es de 3*, 10% a 2*, 12% a 1 estrella y 29% corresponde a hoteles sin categoría turística. Es importante mencionar que la hotelería representativa consiste en pequeños hoteles que varían entre las 4 y hasta 34 habitaciones por establecimiento. La categorías de 5* y sin categoría turística muestran una tendencia positiva con una tasa de crecimiento anual del 6.04% y 4.56%, respectivamente.

Cuernavaca: Distribución porcentual de los establecimientos de hospedaje según categoría turística. (2012)



Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Anuario Estadístico de Morelos, INEGI (2012)

A nivel estatal, Cuernavaca concentra casi el 40% de la oferta de cuartos de hotel, seguido de Yautepec con el 15%, Cuautla con el 13% y Tepoztlán con el 4%.

Cuernavaca: Evolución de los cuartos de hospedaje de Cuernavaca y municipios seleccionados (2001-2012).

Municipio	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	%	TMCA
Estado	6869	7433	7702	7039	8282	8807	11513	8166	7691	11031	8095	8098	100	1.36
Cuautla	1067	1054	943	1039	1049	1082	1046	1058	1030	1478	1020	1020	12.60	-0.38
Cuernavaca	2546	2683	2703	2436	3661	3717	6214	3179	3139	3196	3168	3169	39.13	1.81
Jiutepec	573	518	518	570	580	649	659	437	437	793	589	588	7.26	0.22
Jojutla	632	647	647	616	616	690	690	205	205	573	536	536	6.62	-1.38
Miacatlán	39	47	85	21	21	77	96	24	24	177	32	32	0.40	-1.66
Puente de Ixtla	189	189	382	203	203	242	182	630	359	498	197	197	2.43	0.34
Temixco	134	167	167	186	229	231	231	248	248	344	243	243	3.00	4.84
Tepoztlán	112	225	225	209	209	211	328	331	249	551	318	318	3.927	8.33
Tlayacapan	5	32	32	26	26	26	26	14	15	33	83	84	1.037	20.95
Xochitepec	103	102	127	93	93	94	93	58	58	465	100	100	1.235	-0.25
Yautepec	1098	1311	1311	1205	1205	1216	1456	1376	1376	1782	1203	1203	14.86	0.76
Resto de los Municipios	371	458	562	435	390	572	492	606	551	1141	606	608	7.508	4.03

Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Anuario Estadístico de Morelos, INEGI (2001-2012)

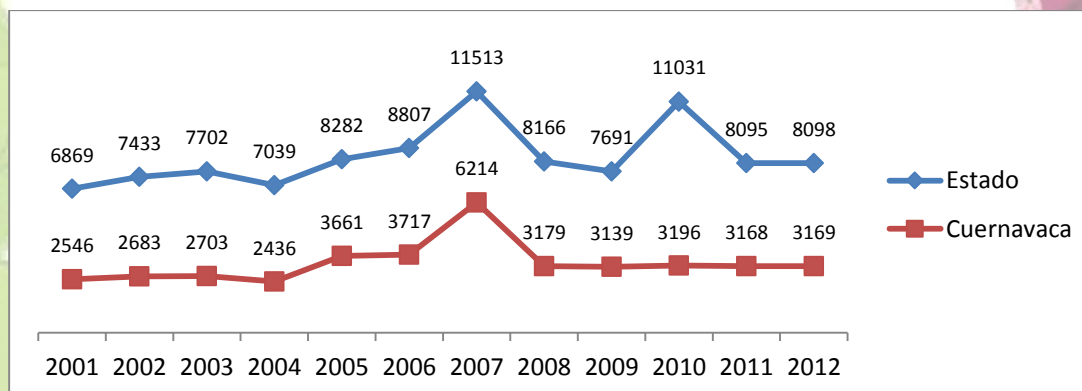
La oferta de cuartos presenta una evolución diferente y significativa, durante el período del 2000 al 2012 se observa un crecimiento superior en el número de establecimiento de hospedaje al resto de los municipios de Morelos.

Cuernavaca: Evolución de la oferta de cuartos de hospedaje del Estado vs. Cuernavaca (2001-2012)

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	%	TMCA
Estado	6869	7433	7702	7039	8282	8807	11513	8166	7691	11031	8095	8098	100	1.36
Cuernavaca	2546	2683	2703	2436	3661	3717	6214	3179	3139	3196	3168	3169	39.13	1.81
% participación	37.07	36.10	35.09	34.61	44.20	42.21	53.97	38.93	40.81	28.97	39.14	39.13		

Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Anuario Estadístico de Morelos, INEGI (2001-2012)

Cuernavaca: Evolución de la oferta de cuartos de hotel con Estado de Morelos (2001-2012)



Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Anuario Estadístico de Morelos, INEGI (2001-2012)

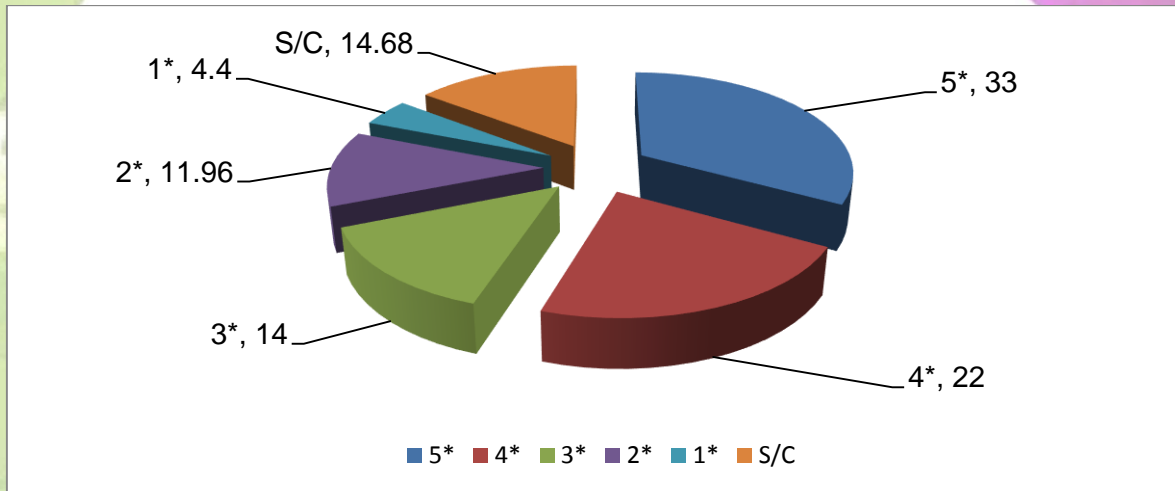
Cuernavaca: Cuartos de hospedaje según categoría turística. (2001-2012)

Año	Total	Var. %	5*	Var. %	4*	Var. %	3*	Var. %	2*	Var. %	1*	Var. %	S/C	Var. %
2001	2546		494		763		219		400		381		289	
2002	2683	5.11	486	-1.65	768	0.65	302	27.48	452	11.50	381	0.00	294	1.70
2003	2703	0.74	486	0.00	768	0.00	237	-27.43	627	27.91	291	-30.93	294	0.00
2004	2436	-10.96	632	23.10	629	-22.10	302	21.52	497	-26.16	341	14.66	35	-740.00
2005	3661	33.46	880	28.18	692	9.10	450	32.89	578	14.01	664	48.64	397	91.18
2006	3717	1.51	880	0.00	709	2.40	450	0.00	578	0.00	682	2.64	418	5.02
2007	6214	40.18	1158	24.01	3955	82.07	353	-27.48	290	-99.31	266	-156.39	192	-117.71
2008	3179	-95.47	1144	-1.22	763	-418.35	499	29.26	572	49.30	88	-202.27	113	-69.91
2009	3139	-1.27	1145	0.09	764	0.13	499	0.00	572	0.00	88	0.00	71	-59.15
2010	3196	1.78	836	-36.96	817	6.49	745	33.02	317	-80.44	145	39.31	336	78.87
2011	3168	-0.88	1047	20.15	697	-17.22	443	-68.17	379	16.36	138	-5.07	465	27.74
2012	3168	0.00	1047	0.00	697	0.00	443	0.00	379	0.00	138	0.00	465	0.00
TMCA (2001-2012)	1.80		6.07		-0.76		5.70		-0.45		-8.83		3.89	

Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Anuario Estadístico de Morelos, INEGI (2001-2012)

La mayor concentración de habitaciones se registra en las categorías 5 y 3 estrellas, con el 55%; el 11% en la categoría 3 estrellas, el 12% en la categoría de 2, el 5% en una estrella y el 15% sin categoría turística.

**Cuernavaca: Distribución porcentual de cuartos de hotel en Cuernavaca según categoría turística.
(2012)**



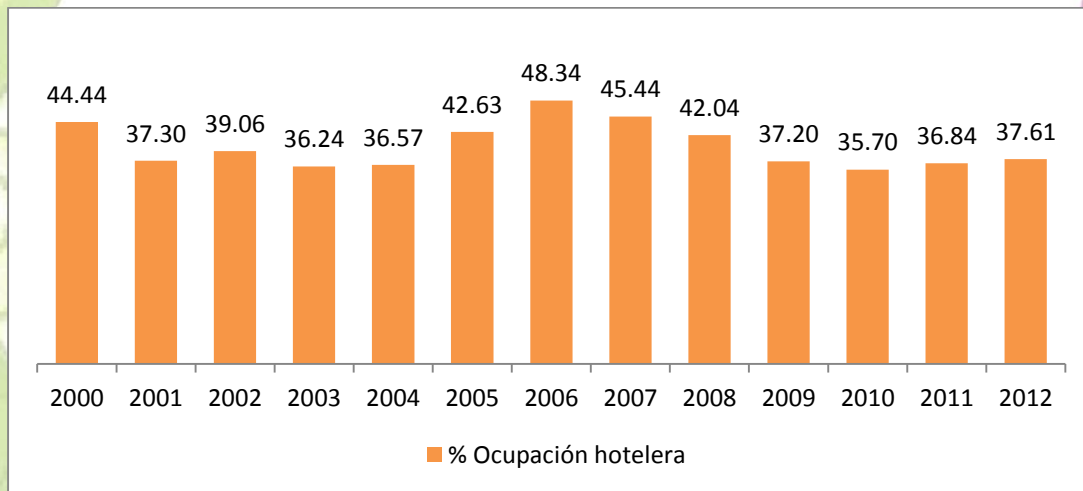
Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Anuario Estadístico de Morelos, INEGI. (2012)

Por otro lado, la tasa de ocupación media se sitúa en el 37.61%, cifra por debajo del 50.21% correspondiente a la media nacional. Este bajo nivel de ocupación se relaciona directamente con la existencia de un gran número de segundas residencias. La estadía promedio del visitante nacional que acude a Cuernavaca es de 1.42 días, mientras que en el caso de los extranjeros alcanza los 2.12 días.

La mayor parte de los visitantes que se hospedan en hoteles son de procedencia nacional, siendo el número de turistas extranjeros sensiblemente menor. En cuanto a la estacionalidad el mayor número de llegadas de turistas nacionales se concentra en los meses de marzo, julio, agosto y septiembre, lo cual refleja la marcada estacionalidad que sufre el destino, coincidiendo con Semana Santa y verano.

Algunos de los establecimientos, principalmente los de categoría 4 y 5 estrellas tienen en la celebración de eventos, congresos, convenciones y bodas su principal unidad de negocio. En general la oferta corresponde a un tipo de establecimiento que conserva la arquitectura tradicional y en muchos casos se trata de antiguas haciendas acondicionadas para prestar servicio de alojamiento, siendo reducida la presencia de grandes cadenas hoteleras en el municipio. El personal de estos establecimientos se caracteriza por ofrecer un trato estandarizado y contar con aceptables niveles de capacitación. A pesar de ello, la tónica imperante del sector es la alta rotación del personal y la reducida inversión que en formación del mismo realizan los empresarios, siendo los salarios bajos y dependientes de la complementariedad de las propinas.

Cuernavaca: Evolución del Porcentaje de Ocupación Hotelera (2000-2012)

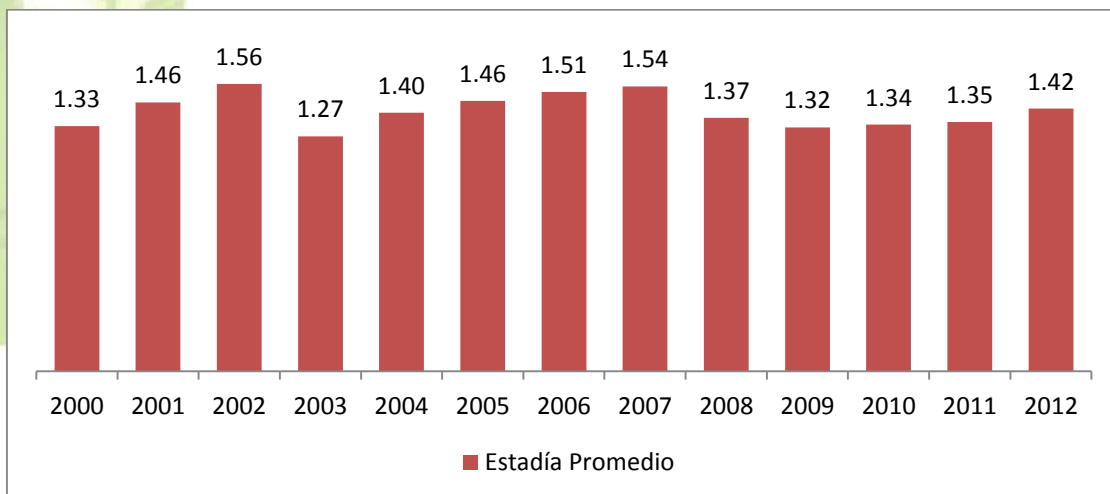


Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México. (2012) /p.

Identificación de la problemática de hospedaje en Cuernavaca.

En términos generales, Cuernavaca cuenta con una planta hotelera de buen nivel, en la que junto a hoteles de cadena de mediano tamaño, se encuentran una serie de pequeños hoteles que actúan a modo de residencia de descanso en un lugar tranquilo y agradable próximo a la capital. Estos hoteles están ubicados en antiguas casonas del Centro Histórico o en villas adaptadas en la periferia, ofrecen tanto la posibilidad de satisfacer a un turista con motivación más vacacional que busca entre otros atractivos, el descanso, la tranquilidad, el disfrute de los jardines, etc., como a un turista de paso, de fin de semana, con una motivación más activa y de consumo de la ciudad y de sus atractivos.

Cuernavaca: Evolución de la Estadía Promedio (2000-2012)



Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México. (2012) /p.

Existe un claro predominio de la oferta de categoría alta y de los establecimientos de mediano y pequeño tamaño en forma de casonas y villas adaptadas. Presenta unos índices de ocupación media relativamente bajos y la estancia promedio es igualmente reducida, enfrentándose a problemas de estacionalidad, registrándose los máximos de ocupación en Semana Santa y verano. Un gran número de visitantes se aloja en residencias propias y no hace uso de alojamiento turístico.

La concepción de muchos de estos negocios responde a la modalidad de pequeños resorts donde el cliente dispone de un gran número de servicios y no precisan del resto del destino para satisfacer sus necesidades. Aunque los precios están considerados como altos, lo cierto es que ofrecen una variedad suficiente para atraer públicos de poder adquisitivo medio y alto.



Hostería Las Quintas en Cuernavaca, imagen tomada de internet, 2013.

IV. Especificación de la oferta complementaria en Cuernavaca.

Oferta gastronómica

La Secretaría de Turismo Federal, a través del Compendio Estadístico de Turismo en México registra que existen 421 empresas relacionados con el turismo en Cuernavaca. La mayor parte de la oferta se compone de establecimientos de alimentos y bebidas (62%), seguido de bares (11%), cafeterías (3.3%), discotecas y centros nocturnos (3%), agencias de viajes (17%), empresas arrendadoras de automóviles (2.3%) y campos de golf. No tiene Centro de Convenciones.

La cocina morelense es muy variada y en la ciudad de Cuernavaca se puede degustar prácticamente todo tipo de gastronomía local, regional, nacional e internacional. Se cuenta con cadenas de restaurantes como Chili's, Burguer King, Mc Donalds, Subway, Pizza Hut, Domino's pizza, Sushi Roll, Sushi Ito, Starbucks, Italian Coffee, entre otros. De igual forma se cuenta con restaurantes de comida yucateca, guerrerense, poblana, italiana, japonesa, española, china, cocina internacional gourmet y por supuesto diversos establecimientos y grandes restaurantes de cocina local y regional.

Se satisfacen los gustos de todo tipo de visitantes con una oferta de comida variada de tipo internacional, y algunos de ellos, platos típicos de la cocina mexicana, aunque el número de restaurantes que ponen en valor este tipo de gastronomía es reducido. El servicio que se presta en los mismos es aceptable, aunque en general el personal adolece de capacitación y formación especializadas, especialmente en lo que se refiere a buenas prácticas higiénico-alimentarias.

Cuernavaca: Establecimientos relacionados con el sector turístico. (2001-2012)

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	TMCA
Entidad	784	805	705	952	1274	1267	1961	1023	1059	1418	994	873	0.89
Cuernavaca	500	521	372	565	451	441	436	498	502	777	448	421	-1.44
% participación estatal	64%	65%	53%	59%	35%	35%	22%	49%	47%	55%	45%	48%	
Restaurantes	376	391	233	422	300	285	290	300	300	495	284	261	-3.09
Bares	31	28	31	31	31	31	31	47	50	123	46	46	3.24
Cafeterías	30	35	41	45	48	43	50	50	50	57	17	17	-4.85
Discotecas y centros nocturnos	13	14	14	14	14	14	14	13	14	14	14	14	0.62
Agencias de Viajes	42	45	45	45	49	58	42	71	71	71	71	71	4.28
Empresas arrendadoras de automóviles	6	6	6	6	7	8	7	15	15	15	14	10	4.17
Campos de Golf	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0.00
Centro de Convenciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00
Balnearios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00

Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México. (2012) /p.

Respecto a la oferta de restaurantes del municipio, ésta se caracteriza por su variada tipología así como por la necesidad de potenciar la gastronomía tradicional. Es necesario asimismo, incidir en temas de capacitación y formación, especialmente en relación a las buenas prácticas higiénico-alimentarias.

Agencias de viajes receptivas

La ciudad de Cuernavaca cuenta con 71 agencia de viajes en las cuales los visitantes pueden acceder a servicios turísticos que van desde la renta de automóviles, boletos de avión, servicios turísticos, guías, recorridos turísticos, visita a otros atractivos dentro del ámbito del turismo próximo en las localidades aledañas a Cuernavaca, o bien simplemente información del destino.

Oferta turística susceptible de interés turístico (shopping)

En la ciudad de Cuernavaca existen diversas plazas, tiendas y centros comerciales susceptibles de incorporarse a la oferta turística, debido a su ubicación, sus características, su diversidad de opciones de compra así como las franquicias y marcas en cuanto a ropa, accesorios, libros, belleza y alimentos que entre ellas se encuentran: Plaza Cuernavaca, Plaza Galerías Cuernavaca, Plaza Pabellón Vista hermosa, Plaza El Laurel, Plaza Outlet El Punto, Centro las Plazas, Plaza Corporativa, Plaza DD, Plaza Cascada, Plaza Diana, Plaza El Pueblito, Plaza Platino, Plaza El Campanario, Plaza Rio Mayo, Plaza Jacarandas, Plaza Comercial Chedraui, Plaza Pericón, entre otras.

La oferta comercial de Cuernavaca se concentra en un gran centro comercial, pequeñas plazas comerciales y mercados ubicados en distintos puntos de la ciudad, con escasa orientación turística y a los que acuden principalmente la población local y habitantes de poblaciones vecinas para atender sus necesidades de abasto y entretenimiento. Dichos espacios cuentan con restaurantes y cafeterías, tiendas de ropa, zapaterías, farmacias, supermercados, entre otros tipos de establecimientos, y por el otro, existen establecimientos independientes de venta de artesanías varias, especializados en la realización de muebles y la producción de otros artículos cerámicos en general todos ellos de baja calidad. Es especialmente significativa la venta de plantas ornamentales y productos cerámicos que deberían mejorar su puesta en valor turística.

Artesanías

En la ciudad también se localiza un mercado de artesanías, ubicado a un costado del Palacio de Cortés, en él se venden productos textiles, cerámicos, y metal en locales que presentan una estética poco homogénea y un diseño que no favorece la presentación de las artesanías (hierros de soporte oxidados, maderas en mal estado de conservación, no separación entre los distintos puestos, escasa iluminación de los artículos, etc.). Así también en la ciudad se ubica una tienda de artesanías de Fonart, una iniciativa del todo interesante por su función mediadora entre los artesanos de las distintas regiones del país y los mercados, ofreciendo productos y artículos de gran calidad confeccionados de forma puramente artesanal.

La ciudad de Cuernavaca, cuenta con diversos establecimientos de artesanías, en plazas comerciales, en los pueblos y barrios tradicionales, así como en librerías y tiendas especiales. En estos establecimientos se encuentran artesanías de barro, madera, vidrio,

cerámica, telas de manta y lino. Es importante mencionar en este punto que por ser la capital del estado, Cuernavaca recibe una gran diversidad de artesanías del interior del estado, tales como artesanías de barro de Cuentepec y Tlayacapan, Chinilitos de barro de Jiutepec, de totomoxtle de Yautepec, Tepoztlán, Tlayacapan y Yecapixtla, Cuexcomates de Chalcatzingo, telas de Tetelcingo, jaulas pajareras de jonacatepec, entre otros.

Es de destacar la presencia de un gran número de puestos de venta ambulante prácticamente en toda la ciudad y especialmente en el Centro Histórico. Este hecho, comienza a representar un problema de ocupación desordenada del espacio público, que afecta a la imagen urbana al restringir el ya escaso espacio disponible para la circulación peatonal en el centro de la ciudad que se compone de calles poco anchas y banquetas estrechas. En este sentido se hace imperativo, solucionar este fenómeno reubicando a los vendedores en espacios adecuados.

Espectáculos nocturnos

En cuanto a la oferta de ocio nocturno, bares y discotecas, ésta se considera adecuada tanto por su número como por su variedad. Todos ellos situados especialmente en el Centro Histórico, el cual se ha convertido en uno de los puntos de encuentro para salir de fiesta y divertirse junto a otras reconocidas discotecas y bares distribuidos por el resto de la ciudad.

Especialmente es necesario reforzar la sensación de seguridad durante la noche, ya que se producen incidencias con motivo de la venta de alcohol desordenada o poco regulada en los bares y calles de Cuernavaca.

Así también, se echa en falta un mayor número de espectáculos, exposiciones y demás eventos artístico-culturales dirigidos a atender la demanda del segmento cultural.

Arte, cultura y esparcimiento

En materia cultural, existen varias instituciones que promueven una oferta de actividades y entretenimiento variada. Entre ellas y principalmente, se encuentra la Secretaría de Cultura, dependencia que se caracteriza por su dinamismo y capacidad en la organización de eventos culturales de gran interés artístico y cultural.

Así mismo, la ciudad cuenta con el Centro Morelense de las Artes, que ofrece cursos y talleres de artes plásticas, danza, fotografía, literatura, música y teatro, todo ello enmarcado en un edificio bien conservado y con buenas instalaciones.

Existe también una interesante agenda cultural con actos variados que se celebran en espacios y edificios históricos de la ciudad, como el caso del Jardín Borda, pero que necesitan una mayor difusión especialmente en la Ciudad de México, principal centro emisor de visitantes.

En términos generales es necesario incidir en la promoción de la actual oferta cultural, fijando eventos en momentos fijos del año y calendarizando las actuaciones de forma adecuada, así como promoviendo iniciativas culturales novedosas y a la vez arraigadas en la historia de Cuernavaca.

La oferta museística de la ciudad es aceptable aunque algunos de los museos sean de poca entidad y requieran una mayor orientación turística. Uno de los más relevantes, es el Museo Regional de Cuernavaca, ubicado en lo que fuera el Palacio de Hernán Cortés, en el centro histórico de la ciudad. Es uno de los museos mejor concebidos en cuanto a la calidad de sus instalaciones e importancia de sus obras. Alberga murales de Diego Rivera y expone la historia de México desde el prehispánico hasta el virreinato o la revolución. Además de sus exposiciones permanentes, presenta exposiciones temporales y actos culturales.

Así también destacan la Casa Museo Robert Brady, que alberga una colección de pinturas y artes decorativas de todo el mundo, reunidas por el pintor y diseñador del mismo nombre, que reunió más de 1300 piezas de diversos estilos y épocas. El inmueble se encuentra en buen estado de conservación y posee un gran atractivo arquitectónico, así como por la disposición y singularidad de sus obras.

La ciudad cuenta asimismo con el Museo Casa Estudio David Alfaro Siqueiros “La Tallera”, ubicado junto a los jardines de Cuernavaca, que se utiliza a modo de recinto cultural y espacio museográfico de la obra plástica del artista. En ella se celebran un buen número de eventos artístico culturales. Actualmente se encuentra en remodelación y adolece de una adecuada señalización posicional, direccional e interpretativa así como de un material promocional eficaz y atractivo.

La historia de Cuernavaca se recoge a través de las fotografías que alberga el Museo de Fotografía “El Castillito” procedentes de diversas épocas así como mobiliario y objetos de la época Porfirista (fines del siglo XIX y principios del siglo XX). Las piezas y fotografías expuestas carecen de carteles identificativos así como de paneles interpretativos que permitan al visitante adentrarse en la historia de la ciudad. Se ha detectado por otro lado, la necesidad de mejorar la iluminación de los espacios de exposición, así como la reubicación de las fotografías, de forma ordenada y en soportes de mejor calidad.

Otro interesante recinto es el Jardín Etnobotánico y Museo de Medicina Tradicional ubicado en una finca que fue adquirida por el Emperador Maximiliano de Habsburgo en 1865, en el pueblo de Acapatzingo. Cuenta con diferentes andadores a través de los cuales es posible acceder a la exhibición de 800 plantas de diferentes formas, géneros y origen. Por su parte, el museo ofrece una la relación de las plantas con el nombre y pone a disposición del público en general y profesores una serie de talleres educativos temáticos relativos al uso cultural de las plantas.

Finalmente, citar el Museo de la ciudad de Cuernavaca, un recinto que alberga exposiciones variadas y temporales de pintura, escultura, fotografía, etcétera, realizadas tanto por artistas locales como nacionales.

Sin embargo, y teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, durante la visita del equipo técnico de IDT se detectó que éstos recintos se encuentran infrautilizados ya que no cuentan con una buena señalización posicional, direccional e interpretativa que dirija las flujos de turistas y facilite su identificación y comprensión lo que limita su atractivo turístico. Así también el hecho de no realizar un adecuado esfuerzo de comunicación impide que el visitante pueda conocer de su existencia y por lo tanto provoque su consumo.



Imágenes de Restaurante Casa Hidalgo y Museo Robert Brady en el centro histórico de Cuernavaca, tomadas de internet, 2013.

En términos generales, el horario de apertura y precio de acceso a los recintos es el adecuado pero hay que destacar la reducida frecuencia de las visitas guiadas en aquellos que las ofertan, mientras que en otros no se ofrece este servicio con la consiguiente pérdida de interpretación y comprensión del contenido expositivo. En algunos de ellos, se ha detectado una falta de puesta en valor del material museístico en el sentido de que no existe un material promocional adecuado que permita la interpretación o visita autoguiada por el recinto. A excepción del Museo Regional de Cuernavaca, la mayoría de Museos de la ciudad no han contemplado la venta de reproducciones u objetos relacionados con su temática.

También como parte de la oferta de entretenimiento de la ciudad, el visitante puede disfrutar de cines y dos teatros, sin embargo estos últimos no destacan por su cartelera.

Por otro lado y dentro de este apartado, es posible citar las plazuelas y jardines de la ciudad por las que es posible pasear y descansar, que presentan, en términos generales, deficiencias comunes en materia de mobiliario urbano, iluminación, limpieza y señalización. Pese a sus reducidas dimensiones en algunos casos es necesario actuar sobre plazuelas, jardines y calles que con el debido mantenimiento y puesta en valor motivarían que un mayor número de visitantes pasearan por estos contribuyendo a crear zonas de esparcimiento más atractivas tanto para el visitante como para la población local.

Así mismo se incluyen en este apartado el auditorio Teopanzolco, los criaderos de truchas en Santa María, y aquellos recintos localizados en los poblados de los alrededores de la ciudad que bajo el atractivo histórico-arquitectónico de sus construcciones albergan singulares balnearios que se enfocan principalmente al esparcimiento y entretenimiento familiar (áreas verdes, albercas, juegos para niños, pic nic, exposiciones, etc.).

Deportes

Cuernavaca cuenta con dos clubes de golf (Club de Golf Cuernavaca y Club de Golf Tabachines) uno de 9 y otro de 18 hoyos. Ambos gozan de un atractivo diseño así como de unas adecuadas infraestructuras y servicios para la práctica del deporte como caddies, carritos, renta de equipos, clases y otros equipamientos. Existen otros clubes de golf en las proximidades, en los municipios de Jiutepec, Xochitepec y Atlatlahucan, con los que es posible organizar de forma conjunta (a nivel del estado de Morelos) torneos y eventos de carácter deportivo y de difusión nacional, especialmente promocionados en la Ciudad de México.

Sin embargo, pese a la idónea ubicación y condiciones de sus instalaciones no existe una oferta de paquete integrado (green fee + alojamiento, comida y green fees compartidos con actividades para acompañantes), lo cual supone una falta de aprovechamiento turístico teniendo en cuenta el tipo de turista que acude a la ciudad y especialmente dada la proximidad de la Ciudad de México.

Por otro lado, existen algunas empresas ubicadas en Cuernavaca que ofertan actividades de turismo alternativo en torno a recursos de proximidad a la ciudad como bicicleta de montaña, cursos de escalada en roca, descenso de río en balsa, caminata en grutas, alta

montaña, cursos de kayak y buceo, muchas de las cuales se realizan en otros lugares del Estado de Morelos (lagunas de Zempoala, lago Tequesquitengo, Sierra de Cuautla, etc.). Se realizan asimismo, paseos ecológicos por la zona de las Barrancas de Amanalco y el Salto de San Antón.

Tren turístico

Dentro de la oferta complementaria hay que comentar la existencia del tren turístico de Cuernavaca, gestionado por una empresa privada que dispone de una flota de dos autobuses acondicionados para la realización de un tour por las principales calles y recursos turísticos de la ciudad con salidas frente al Palacio Cortés cada hora todos los días de la semana. Pese a que la iniciativa es buena, los autobuses existentes no presentan una imagen homogénea y debiendo mejorar sus niveles de confort para los viajeros y en cuanto al servicio de guía resulta poco atractivo.

Cuernavaca cuenta con una rica oferta complementaria especialmente en lo que actividades culturales y oferta museística se refiere. En general, es necesario acometer mejoras en los elementos que conforman la oferta complementaria, que incrementen su atractivo y singularidad, interpretación, integración, decoración y señalización, realizándose al mismo tiempo, mayores esfuerzos de comunicación y difusión.

Identificación de la problemática de la Oferta Complementaria de Cuernavaca

El tema de transporte público urbano, estatal y taxis, implica un esfuerzo de coordinación entre el gobierno estatal y los distintos municipios para promover un ordenamiento en la calidad del servicio de transporte público. En lo que respecta a los taxis se deben de tomar medidas para regular su servicio, se deben incluir taxímetros para evitar el cobro arbitrario de tarifas, las tarifas se elevan si son turistas los usuarios del taxi. A pesar de que existen algunos sitios de taxis turísticos, estos no son suficientes para cubrir la demanda de transporte que requieren los destinos turísticos. Para solucionar lo anterior, el Gobierno del Estado, a través de la Secretaría de Economía y la Secretaría de Turismo ha implementado el taxi turístico, programa que permitirá atender el tema de transporte turístico.

Una debilidad marcada en el diagnóstico es la carencia generalizada de señalización turística, principalmente, desde Cuernavaca hacia otros destinos eje de Morelos. A pesar de que existe cierta infraestructura de señalización, ésta no es suficiente para llegar a los lugares que el turista busca. Lo anterior se agrava por la falta de información clara y precisa de las rutas de transporte de autobuses al interior del estado.

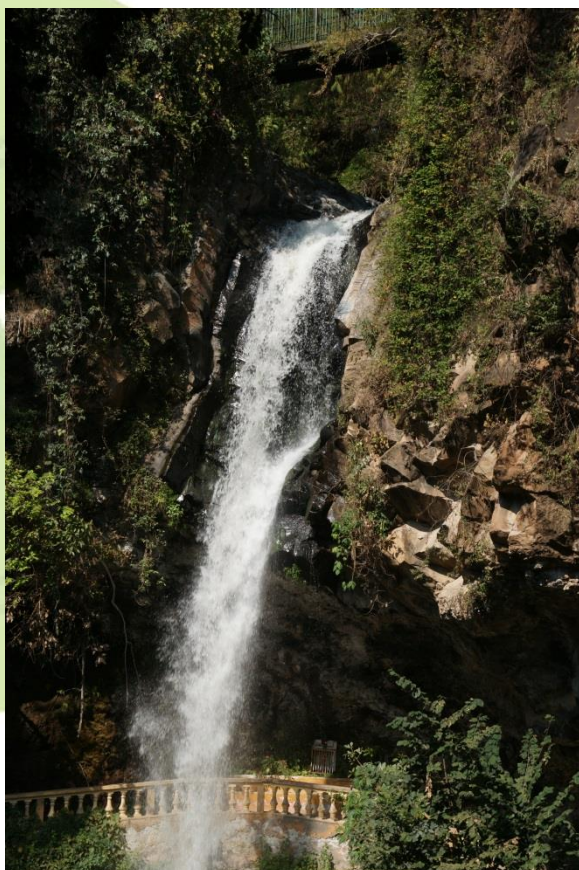
Esto implica un ordenamiento de la información de las distintas empresas de autobuses. SETUR y FITUR deberían hacer un catálogo que reúna las distintas rutas, horarios y destinos de los servicios de autobús disponibles en el estado.

El turista requiere información para llegar a los distintos atractivos que ofrece Morelos, por ello es crucial contar con una adecuada infraestructura de señalización turística. Los recursos destinados a ésta son insuficientes, por lo que se debe lanzar un proyecto para

contar con señalización turística, así como un sistema de información turística adecuado para hacer llegar al turista a los distintos atractivos que le ofrece el estado.

Dada la situación logística de las distintas centrales camioneras, se recomienda realizar el proyecto de nuevas centrales camioneras, las cuales deberían ubicarse sobre los libramientos oriente y poniente, para tener una mejor distribución de la vialidad de la ciudad capital que propicien una mejor distribución de las rutas de la red de servicio público y faciliten a los habitantes su traslado interno y externo. Además para contribuir a mejorar la eficiencia del transporte público se recomienda analizar la factibilidad de construir un sistema de transporte metropolitano eficiente, barato, rápido y seguro, para disminuir el caos vial que generan, sobre todo, las rutas y taxis en Cuernavaca y Jiutepec, principalmente.

Es necesario establecer en la ciudad de Cuernavaca programas de verificación vehicular, impulsar el reordenamiento vial de la zona metropolitana de tal forma que cuente con soluciones viales de norte a sur para dar agilidad y sustentabilidad al desarrollo de la zona. En el Centro Histórico se requiere contar con estacionamientos en predios abandonados, para incentivar su construcción se pueden otorgar incentivos fiscales durante los primeros años de operación.



V. El factor humano.

La oferta educativa de Cuernavaca relacionada con el turismo es muy amplia, sin embargo, el diagnóstico del trabajo de campo revela que, en general, no se cuenta con una vinculación formal entre universidades, instituciones de educación superior y centros de investigación y desarrollo con los empresarios del sector. La vinculación que existe es con base en los esfuerzos aislados. En otras palabras, no existen acuerdos formales de intercambio de información, estudios de investigación, recursos humanos, entre otros elementos. Sólo existen algunos programas de prácticas profesionales y servicio social, los cuales parten de la iniciativa de los empresarios o de los académicos.

El problema de la carencia de acuerdos formales de vinculación se refleja en el alto costo de capacitación en el balance financiero de las empresas. Los administradores de éstas deben recapacitar a sus empleados, lo cual refleja la carencia de una vinculación formal entre el sector académico y empresarial para que el primero genere egresados con las capacidades técnico-profesionales que demanda el sector turístico de Morelos.

La principal fuente de provisión de recursos humanos son las universidades, instituciones de educación superior, escuelas técnicas, entre otros. El turismo es un sector intensivo en capital humano por lo que genera un buen número de empleos, los empleos directos que genera el sector representan el 6% del total de empleos en Morelos. Sin embargo, existe una alta rotación de personal debido a los bajos salarios que se ofrecen en el mercado. Esto genera un círculo vicioso, ya que los empleadores tienen que invertir mayor cantidad de recursos en capacitar a su personal; mientras que los empleados tienen incentivos a buscar otras oportunidades laborales.

Debido a lo anterior, los egresados de las universidades e instituciones de educación superior de Morelos tienen incentivos a buscar trabajo en centros turísticos desarrollados como Acapulco, Cancún, entre otros, por este fenómeno la oferta disponible de recursos humanos disminuye. En general existe una falta de reconocimiento de la importancia de dar calidad en el servicio, esto es preocupante, ya que el turismo no sólo demanda opciones atractivas en precio, sino también en calidad, por ello el tema de capacitación de los recursos humanos adquiere aún más relevancia.

El diagnóstico revela que son las grandes empresas las que capacitan al interior de sus empresas. O bien, personal de nivel gerencial y de dirección acuden a compartir su experiencia con los alumnos de las universidades e instituciones de educación superior. Asimismo, estas mismas empresas invierten mucho en capacitación al pagar a especialistas que acuden a sus negocios a dar cursos, no promueven que se capaciten fuera de sus instalaciones porque consideran que no existen lugares de calidad en donde lo puedan hacer.

Para disminuir el costo de capacitación para los empresarios se propone que la industria turística promueva acuerdos formales de cooperación con el sector académico, el cual debería incluir temas como características de prácticas profesionales, servicio social, entre otros acuerdos; además se podría analizar la posibilidad de dar preferencia de contratar gente egresada de las universidades y centros de capacitación del estado.

Derivado de lo anterior y en atención a las necesidades del sector turístico referentes a la profesionalización y el desarrollo de la competitividad empresarial del Estado, se implementa el Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística (PICCT), el

cual se define como un instrumento de gestión, cuya finalidad es aportar a la competitividad turística del Estado, con metas de capacitación claramente expresadas, a lograr con procesos estandarizados y controlables, que ejecutan las unidades responsables optimizando recursos compartidos en un ejercicio anual.

Con este programa, la Secretaría de Turismo Federal en conjunto con la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Morelos a través de la Dirección General de Competitividad y Calidad Turística, en el marco de los Convenios de Coordinación en Materia de Subsidios, establece un mecanismo para conjuntar esfuerzos y recursos, con la finalidad de fortalecer la competitividad de los destinos turísticos de manera integral en sus diferentes niveles sistémicos con acciones de capacitación.

La mejora de la competitividad es fundamental para lograr mayores niveles de desarrollo económico, ambiental y social. Está asociada con la capacidad de participar exitosamente en mercados nacionales e internacionales, la generación de valor agregado y la creación de empleo, entre otros factores. Para ello la inversión en capital humano se significa por ser un elemento fundamental para la creación y sostenimiento a largo plazo de ventajas dinámicas, ofreciendo un amplio potencial de desarrollo.

El **Objetivo General** del PICCT es coadyuvar al desarrollo y mantenimiento de ventajas competitivas sostenibles en el sector turístico del estado, que impacten el bienestar de la población, mediante acciones de capacitación, orientadas a estimular de manera integral, los diferentes niveles sistémicos de la competitividad.

Entre los Objetivos Específicos sobresalen:

- Fomentar la **competitividad a nivel empresa**, mediante acciones de capacitación orientadas a la certificación de competencias y a desarrollar conocimientos y habilidades para que el empresariado turístico sea capaz de introducir nuevos y mejores productos y servicios turísticos, capaces de posicionarse exitosamente en el mercado internacional, poner en funcionamiento nuevas formas de organización, incrementar la capacidad productiva y de innovación.
- Fomentar la **competitividad a nivel industria**, mediante acciones de capacitación orientadas a desarrollar conocimientos y habilidades entre los actores de desarrollo turístico de los destinos, de los sectores público, privado y social, para la integración de conglomerados turísticos regionales.
- Fomentar la **competitividad a nivel social**, mediante acciones de capacitación orientadas a desarrollar conocimientos y habilidades para potenciar su capacidad organizativa, su actitud hacia el cambio, su cohesión grupal, la habilidad de los actores políticos para alcanzar acuerdos, formular estrategias e implementar políticas.
- Fomentar la **competitividad a nivel de política turística**, mediante acciones de capacitación orientadas a desarrollar conocimientos y habilidades entre los actores sectoriales para planificar, gestionar y evaluar sus políticas y estrategias de desarrollo turístico que benefician en el corto, mediano y largo plazo a las poblaciones locales.

Según datos del “Sistema para la Consulta del Anuario Estadístico de Morelos 2012” del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, el Estado de Morelos cuenta con una oferta total de 1,339 prestadores de servicios turísticos, de los cuales 1,022 son servicios

primarios (341 hoteles con una oferta de 8,095 cuartos y 681 restaurantes) y 317 servicios secundarios (106 agencias de viajes, 47 balnearios, 33 cafeterías, 29 discotecas, 79 bares y 14 transportadoras).

**Distribución de los Prestadores de Servicios Turísticos
según destinos turísticos prioritarios en el Estado de Morelos, 2012.**

Municipio	Restaurantes/ Cafeterías	Hoteles	Balnearios	Transportadoras / Tour operadoras	Discotecas/ Bares
Cuautla	32	35	5	2	5
Cuernavaca	261	122	-	10	81
Tepoztlán	92	62	-	-	3
Tlayacapan	15	10	-	-	2
Jojutla	35	28	7	-	7
Puente de Ixtla	31	20	3	-	-
Yautepec	53	30	6	1	10
Otros	162	34	26	-	0
Total	681	341	42	1	10

Fuente: Anuario Estadístico del Estado de Morelos, INEGI, 2012.

El PICCT, deriva su connotación integral, a partir de su misión ineludible de estimular, mediante acción capacitadora y diferenciada, el talento humano mexicano en el sector turístico. En Morelos, la implementación de este programa dio inicio en el 2009, obteniendo resultados que a continuación se enuncian:

**Programa Integral de Competitividad y Capacitación Turística en el Estado de Morelos
(2009-2011)**

Año	No. de Cursos	Participantes	Mujeres	Hombres	Empresas	Inversión Ejercida
2009	49	818	419	399	480	\$4,000,000.00
2010	51	875	460	415	444	\$6,000,000.00
2011	122	2,032	1,070	962	545	\$8,000,000.00

Fuente: Dirección General de Competitividad y Calidad Turística, SECTUR Morelos, 2013.

De estas empresas en programas de calidad se han atendido:

**Total de Programas de Calidad en el Estado de Morelos
(2010-2012)**

Programa	2010		2011		2012	
	Empresas Atendidas	Recurso Asignado	Empresas Atendidas	Recurso Asignado	Empresas Atendidas	Recurso Asignado
DISTINTO "M"	70	\$1,000,085.00	0	0	0	0
DISTINTO "H"	21	\$374,400.00	30	\$900,000.00	0	0
Punto Limpio	0	0	28	\$273,600.00	0	0
Tesoros de México	13	\$1,197,000.00	12	\$900,000.00	0	0
Total	104	\$2,571,485.00	70	\$2,073,600.00	0	0

Fuente: Dirección General de Competitividad y Calidad Turística de la SECTUR, Morelos. 2013

Según el Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos, realizado por el Centro de Investigación y Estudios Turísticos CIETec, en el año 2010 el Estado de Morelos ocupaba el lugar 21°, con un índice de competitividad del 31.9%. El 2012, el Estado de Morelos ocupa el 11° lugar, con índice de competitividad del 36%.

Para entender el beneficio de la implementación del PICCT a los servicios turísticos, es necesario conocer la naturaleza de estos, ya que a diferencia de los productos, los servicios son intangibles, son difíciles de presentarse o explicarse, no se pueden inventariar, por ejemplo en el caso de un Hotel, las habitaciones no se pueden almacenar, devolverse o reintegrarse; una habitación que no vendió ya jamás lo podrá hacer, no pueden devolverse cuando el cliente no queda satisfecho, el cliente es coproductor del servicio y en algunas ocasiones puede llegar a afectar a otros.

La satisfacción del cliente depende de muchos factores incontrolables como el estado de ánimo de este, son sentimientos que influyen sobre las percepciones y las evaluaciones de las experiencias de la gente, por ejemplo: si una persona tiene un buen estado de ánimo favorecerá el éxito en los encuentros de servicio, mientras que si tiene mal humor, verá negativamente su experiencia y pondrá objeciones al servicio recibido.

El desafío en la industria es entender las necesidades de los clientes, proponer nuevos e innovadores servicios y productos que cumplan con las promesas que se establecen con los clientes. Es por eso que el desarrollo y la implementación del PICCT en el estado, dará beneficios al sector de manera:



Imagen del banderazo de salida del Taxi turístico en la zona metropolitana de Cuernavaca, con personal capacitado en materia de atención y servicio turístico, tomada de internet, 2013.

General

- Incrementando la productividad y calidad del trabajo en las empresas turísticas,
- Conduciendo a una rentabilidad más alta y actitudes más positivas por parte de los prestadores de servicios,
- Contando con prestadores de servicios que tengan el nivel de competencia laboral que el sector requiere,
- Formando, actualizando y mejorando el recurso humano,
- Reduciendo la rotación de personal, y
- Elevando la competitividad de los destinos y empresas para garantizar la experiencia del destino.

Directa a la sociedad

- Desarrollando habilidades y competencias de la población,
- Atenuando la desigualdad social,
- Disminuyendo la tasa de desempleo,
- Con mayor crecimiento económico,
- Con mayores oportunidades, y
- Mejorando la competitividad a nivel local, nacional o internacional.

Por último, las consecuencias de la falta de capacitación significarían costos que se pueden manifestar en pérdidas efectivas de tiempo, dinero, recursos y productos o en oportunidades de beneficio no aprovechadas. Consideremos los siguientes datos a nivel internacional:

- La gente sin capacitación tarda hasta seis veces más en realizar su trabajo, que una persona capacitada y motivada.
- La capacitación mejora la retención. En aquellas empresas en las que no hay capacitación de ningún tipo, 41% de las personas quieren irse. En aquellas en las que sí la hay, sólo 12% busca irse. (*Louis Harris and Associate Poll*).
- Un estudio longitudinal realizado por la *American Society of Training and Development* muestra que las empresas que invierten \$1,500 dólares en capacitación por empleado, comparado con aquellos que invierten \$125, experimentan, en promedio, un aumento del 24% en margen de ganancia y 218% mayor productividad por empleado.
- Los países que más invierten en capacitación, son los más competitivos. México, que invierte poco en capacitación, está en el lugar 53 de competitividad. (*The Global Competitiveness Report, 2012-2013*).

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

Para la formación de recursos humanos que atiendan al sector turístico en la ciudad de Cuernavaca, en el estado de Morelos y en la región, se cuenta con las siguientes opciones: en el nivel Básico: El objetivo de las escuelas que se encuentran en este nivel es ofrecer capacitación para puestos específicos y así poder tener acceso a la planta productiva del sector turístico, por ejemplo: cocineros, meseros, camaristas, botones, boleteros de agencias de viajes, entre otros. Las escuelas oficiales de este nivel, dependen del gobierno federal o estatal como los CECATIS, y de instituciones como el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). También pueden ser parte de las prestaciones obtenidas por algunos sindicatos.

Centro de Capacitación para el Trabajo Industrial No. 147 (Cuautla, Morelos)

- Curso de Repostería
- Curso de Alimentos y Bebidas
- Curso de División Cuartos y Recepción

Instituto de Capacitación para el Trabajo del Estado de Morelos No. 01 (Cuernavaca, Morelos):

- Curso de Preparación de Alimentos
- Preparación de Bebidas Servicio a Comensales
- Curso de Control de Costos de Alimentos y Bebidas

En el Nivel Medio Superior y Superior: El objetivo de las escuelas oficiales o particulares de este nivel es formar técnicos especializados o bachilleres con alguna especialidad (o capacitación específica) relacionada con el turismo, orientados a ocupar primordialmente puestos operativos o mandos de supervisión: jefe de recepción, capitán de meseros, ama de llaves, asistente de compras, jefe de almacén, entre otros. Las escuelas oficiales incluyen a los centros dependientes de la Dirección General de Educación Tecnológica Industrial de la Secretaría de Educación Pública (CETIS y CBTIS), a los Colegios de Bachilleres de los Estados (COBACH), a los planteles del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP) y a los Colegios de Estudios Científicos y Tecnológicos (CECyTES). Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios No. 223 (Zacatepec, Morelos):

- Bachillerato Técnico en Turismo

Centro de Estudios Universitarios Fray Luca de Paccioli (Cuernavaca, Morelos):

- Bachillerato en Empresas Turísticas

Centro Universitario Alianza de Morelos (Cuautla, Morelos):

- Bachillerato Técnico en Turismo

Centro de Estudios Tecnológicos No. 44 (Cuernavaca, Morelos):

- Bachillerato Técnico en Turismo

Colegio de Bachilleres Plantel 1

- Capacitación en Empresas Turísticas

Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP Temixco, Morelos):

- Profesional Técnico-Bachiller en Hospitalidad Turística
- Profesional Técnico-Bachiller en Alimentos y Bebidas

Instituto Superior Azteca (Jiutepec, Morelos)

- Bachillerato Técnico en Turismo

Universidad Latina (Cuernavaca, Morelos)

Por último, este año 2013 la Universidad Autónoma del Estado de Morelos abrió la nueva Licenciatura en Turismo, que busca formar profesionales altamente capacitados y que se puedan desarrollar en todos los ámbitos del turismo, con orientación en turismo de salud, ecoturismo y turismo de naturaleza, y turismo cultural y arqueológico.



Estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos UAEM, como recursos humanos capacitados en materia turística, foto FT, 2013.

VI. Marco Institucional, Normativo y Asociativo.

El desarrollo del turismo requiere de instituciones que sean capaces de canalizar recursos, coordinar estrategias y alinear las políticas federales, estatales y municipales para promover el crecimiento competitivo del sector. De esta forma las instituciones participantes del sector se mencionan en este apartado.

Secretaría de Turismo del Estado de Morelos (SETUR)

La misión de la secretaría consiste en dirigir acciones consensuadas que estimulen la participación de la sociedad morelense así como con los tres niveles de gobierno y el sector privado, para el desarrollo sustentable del sector turístico a través de una política dinámica e integrada de planeación, fomento, promoción, impulso al desarrollo de la oferta y apoyo a la operación de los servicios turísticos, con respeto al medio ambiente, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del estado y convirtiendo a Morelos en uno de los principales destinos turísticos del país.

El presupuesto de la Secretaría de Turismo es de los más bajos del aparato estatal, apenas recibe menos del 2% del total del presupuesto estatal, su presupuesto está apenas por arriba de la representación del gobierno del estado en el Distrito Federal. Así en el 2005 recibió poco más de 61 millones de pesos⁵ de los cuales sólo el 13% se utilizó para gastos de operación y el resto se destinó a inversiones para mejorar el desarrollo turístico de Morelos.

Ayuntamiento de Cuernavaca.

Son las dependencias y organizaciones auxiliares de la Administración Pública Municipal orientadas a la promoción y desarrollo de la actividad turística, así como a la atención, seguridad y auxilio al turista.

También los sectores privado y social cuentan con organizaciones para facilitar la coordinación y la aplicación de las estrategias para mejorar el turismo en el estado:

- El Consejo Empresarial Turístico del Estado de Morelos, A. C.
- Dirección General de Legislación
- Subdirección de Informática Jurídica
- Las delegaciones estatales de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo
- Las delegaciones estatales de la Cámara Nacional de Restaurantes y Alimentos Condimentados
- La Asociación de Hoteles del Estado de Morelos, A. C.

Otras asociaciones, organismos y cámaras que agrupan a los prestadores de servicios turísticos por gremio, según la actividad turística que realizan. Las organizaciones del sector social que tengan como fin principal la promoción y el desarrollo de la actividad turística y las asociaciones y colegios de técnicos y profesionistas de carreras relacionadas con el turismo. Lo anterior sin menoscabo de considerar a los prestadores de servicios turísticos individuales.

Dentro de los organismos de carácter mixto se encuentran:

- El Fondo de Promoción Turística de Morelos;

- El Subcomité Especial de Turismo del Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado de Morelos;
- El Consejo Estatal de Turismo;
- Los Consejos Municipales de Turismo;
- El Instituto Estatal de Competitividad Turística.

- **Leyes que inciden en el desarrollo del destino**

Desde el ámbito nacional hasta el municipal se cuentan con leyes y reglamentos que inciden en el desarrollo económico, turístico, cultural y social del destino turístico:

- Ley Federal de Turismo
- Reglamento de imagen urbana para el centro histórico de la ciudad de Cuernavaca, pueblos y barrios tradicionales
- Programa Parcial del Centro Histórico de Cuernavaca
- Programa de Ordenamiento de la Zona Conurbada de Cuernavaca
- Instituto Metropolitano de Planeación Sustentable
- Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial

VII. Accesibilidad y Movilidad.

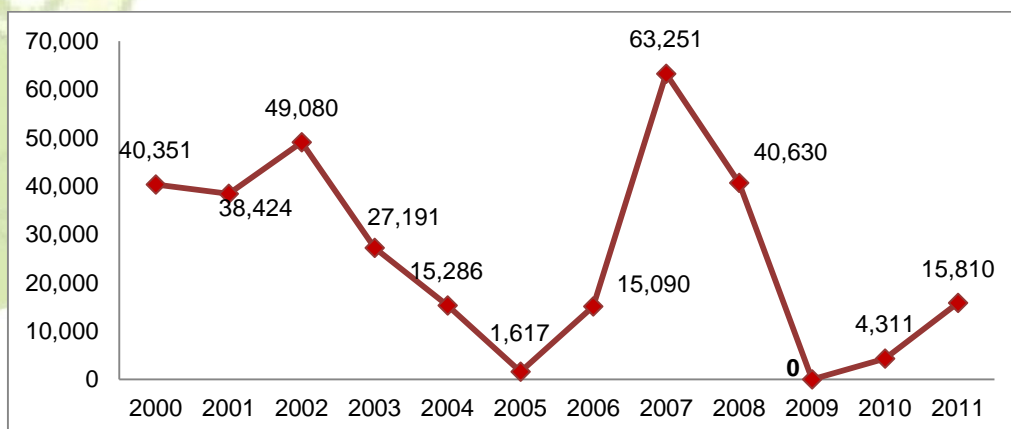
Acceso terrestre

El principal medio de acceso al destino es el vehículo particular, seguido por el autobús y a mucha distancia el avión. En cuanto al servicio de autobuses la línea que transporta el mayor número de pasajeros es la que opera el Pullman de Morelos que cubre el trayecto desde la Ciudad de México con salidas hacia Cuernavaca con una frecuencia aproximada de 10 minutos. La misma línea de autobuses opera desde el aeropuerto de la Ciudad de México y constituye un servicio muy recurrido por el turista extranjero, dada la buena frecuencia horaria con que opera, oscilando entorno a los 40 minutos desde las 6.40 h. hasta las 23.00 h, siendo el tiempo estimado de viaje de una 1 hora 40 minutos. En este sentido la ciudad cuenta con cuatro terminales de autobuses operadas por las compañías: Pullman de Morelos; Estrella de Oro que cubre el trayecto Cuernavaca-México D.F; Línea Oro que conecta Cuernavaca y Puebla; y Estrella Roja con la línea Cuernavaca-Yautepec-Cuautla. Sin embargo la ubicación de dichas terminales es poco apropiado al estar dentro del entorno urbano de la ciudad, contribuyendo a la generación de tráfico y contaminación.

Acceso aéreo

En lo que a transporte aéreo se refiere, el aeropuerto más próximo a la ciudad es el Aeropuerto Mariano Matamoros, situado a 11 Kms., en el municipio de Temixco. A nivel nacional, el aeropuerto de Cuernavaca conecta la ciudad con Tijuana. A nivel internacional carece de comunicación. El aeropuerto, a partir del 2010 sólo opera con vuelos de la línea aérea Volaris, cuenta con una pista de 2,722 metros, y actualmente se está contemplando la posibilidad de realizar obras de remodelación para mejorar las instalaciones del mismo. Así también se está trabajando a nivel de gobierno con compañías aéreas para la creación y oferta de paquetes integrales.

Llegada de pasajeros al Aeropuerto Internacional Mariano Matamoros



Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Compendio Estadístico de Turismo de México. (2012 p/)

A partir del mismo es posible apreciar la evolución decreciente que han experimentado desde 2002 tanto los vuelos como el número de pasajeros nacionales. Es de destacar, la ausencia de pasajeros internacionales, lo que se explica debido al hecho de que no

existen vuelos provenientes de forma directa desde el extranjero, sino que hacen escala en otro aeropuerto nacional, principalmente en el aeropuerto de la Ciudad de México. En cuanto al ferrocarril, el transporte está en desuso y se ha procedido a la retirada de los rieles de la línea que unía la Ciudad de México con Cuernavaca, existen propuestas de reconversión del trayecto en una ciclovía, que permita el desplazamiento a pie y en bicicleta entre ambas ciudades.

En líneas generales se puede concluir que Cuernavaca se encuentra bien comunicada tanto por tierra como por aire, gracias al buen estado de su infraestructura carretera y aeroportuaria lo que facilita la llegada de visitantes y turistas tanto nacionales como internacionales. Asimismo, existen proyectos de creación de nueva infraestructura vial y de ampliación de las aeroportuarias lo que supondrá importantes ventajas en materia de accesibilidad para Cuernavaca.

La accesibilidad al destino puede considerarse buena tanto por carretera como por vía aérea. El vehículo propio es el principal medio de transporte utilizado por los visitantes y turistas, mientras que el acceso por vía aérea, aunque está viendo incrementado el número de viajeros, todavía necesita ampliar el número de vuelos tanto de origen nacional como internacional.

Movilidad dentro del destino

Para lograr la movilidad dentro de la ciudad de Cuernavaca, se cuenta con el Sistema de transporte con itinerario fijo o sistema de transporte colectivo –conocido en Cuernavaca como ruta- o bien el sistema de transporte sin itinerario fijo –taxis- para ello, la Secretaría de Turismo estatal ha puesto en operación el sistema de taxi turístico, además, parte de la movilidad dentro del centro histórico de Cuernavaca se puede desarrollar caminando, pues todos los atractivos turístico dentro del centro histórico de Cuernavaca se encuentran relativamente cerca.

Existe un gran número de líneas de taxis (más de 20 líneas), que pese a ser distintas, presentan un color único y se encuentran en buen estado de conservación. El elevado número de unidades ha provocado conflictos entre los prestadores del servicio (permisos y sitios), desencadenando una gran competencia que ha movido a las partes involucradas a esforzarse por mejorar sus servicios. Tal es el caso del servicio que prestan los taxis “ejecutivos”, caracterizado por la prestación adicional del servicio de guía turístico. Por otro lado existe un gran número de líneas de autobuses (alrededor de 20), servicio al que principalmente recurre la población local y que se caracteriza por disponer de una oferta vehicular que se encuentra un tanto obsoleta.

Identificación de problemas de la accesibilidad y movilidad

Los principales problemas de accesibilidad y movilidad de la ciudad de Cuernavaca se debe a sus calles angostas y sinuosas debido a la topografía de la ciudad, subidas y bajadas, banquetas estrechas en la mayor parte de la ciudad, además de contar con elementos que obstaculizan la movilidad como postes, anuncios entre otros, son los principales problemas de movilidad. Así mismo, la falta de señalización dentro de la ciudad es un problema de movilidad.

No obstante a lo anterior, las labores de vialidad y movilidad urbana son vitales para el desarrollo de las actividades que se desarrollan en el Municipio, productivas, sociales, políticas, culturales y religiosas; siendo un Municipio de interés turístico es importante y a veces fundamental su colaboración, dado que si los turistas nos visitan y nada más por notar que el vehículo en que viajan trae placas de otros Estados, de inmediato se le busca infraccionar, esto merma en ese mismo instante el crecimiento económico del Municipio, dado que existe la probabilidad de que pague su multa o la extorsión y decida irse a otro lugar de esparcimiento.

Por la importancia de esta actividad es compromiso del Gobierno Municipal de orientar a los turistas, y de garantizar la vialidad en las distintas vías y áreas del Municipio, con el compromiso de regular la fluidez de manera efectiva, además procurando en todo momento el resguardo de la integridad física de peatones y conductores de vehículos, llevando de manera transparente todas las actividades que se les encomiende en el servicio a la ciudadanía, prestar los apoyos correspondientes a circuitos designados, con patrullas y motopatrullas, así como la atención a zonas pie a tierra y los servicios de apoyo cotidianos en cruces de calles, salidas y llegadas de escuelas, como también en servicios especiales consistentes en caravanas, desfiles, mítines, marchas, manifestaciones, carreras deportivas, etc., lo anterior en coordinación con las diferentes instituciones Municipales, Estatales y Federales.



Problemas de movilidad en la ciudad de Cuernavaca, debido al mal estado de pavimentos, postes, señalización y banquetas angostas. Fotos: GGH, 2013.

VIII. Infraestructura Básica

Sistemas de transporte

Al interior de la ciudad de Cuernavaca, se cuenta con el sistema de transporte con itinerario fijo y el sistema de transporte sin itinerario fijo (taxis), al menos 20 rutas atraviesan la ciudad de norte a sur y de oriente a poniente. Con ello se logra dar cobertura prácticamente a toda la ciudad.

Este sistema de transporte entra y sale de Cuernavaca hasta llegar a los municipios que integran la zona metropolitana de Cuernavaca, es decir, tiene conexión con Jiutepec, Xochitepec, Zapata, Temixco y Huitzilac.

Urbanismo

Desde sus orígenes la ciudad se ha concebido como la unión de diversos núcleos poblacionales, insertándose zonas agrícolas en la trama urbana y viéndose ésta condicionada por barrancas y cursos de agua que han terminado por conferir a la ciudad un aire discontinuo. A este hecho hay que añadir que su crecimiento se ha producido absorbiendo pequeños núcleos rurales de la periferia, siendo el resultado un conjunto de “manchas urbanas” vertebradas por una débil trama de transporte (constituida sobre la base de antiguos caminos de tránsito). Así, esta estructura urbana hace complicadas las relaciones viales entre los distintos espacios ciudadanos, siendo muchas de las actuales calles antiguos caminos rurales entre haciendas o huertas, que en la actualidad se han transformado en colonias residenciales.

En este sentido podemos afirmar que Cuernavaca es una ciudad con un Centro Histórico congestionado que no se diseñó para ser eje de una ciudad motorizada y densa en la que se ha convertido la capital del Estado. Esta congestión que ha sido consecuencia del crecimiento experimentado, ha puesto de manifiesto la escasez de suelo para la creación de espacios públicos y la dificultad de ordenación de todas las actividades que en ella tienen lugar: transporte, comercio, circulación, etc.

Una consecuencia directa de esta congestión, son los graves problemas de tráfico vehicular a los que se enfrenta la ciudad y especialmente la zona del Centro Histórico que se caracteriza por la masificación y congestión existente en sus calles y avenidas, al circular gran cantidad de vehículos que generan importantes problemas de ruidos así como de estacionamiento tanto en la vía pública como en los estacionamientos privados. Asimismo, la distribución de flujos no resulta adecuada y, ante tal proliferación de vehículos, resultan insuficientes las medidas implementadas en materia de ordenación vial. Otro de los focos que suponen un aporte importante de tráfico son las antiguas carreteras entre la Ciudad de México y el sur del país, especialmente la ruta hacia Acapulco que cruza la ciudad de norte a sur por la actual avenida Morelos y sigue siendo un recorrido básico para el tráfico ciudadano y de paso. Aunque el libramiento de la autopista ha supuesto un alivio para el tráfico de paso, no ha eliminado las servidumbres de circulación lineal de dos áreas importantes de la ciudad al norte y al sur y, de éstas con el centro administrativo y de servicios.

Por lo que respecta al Centro Histórico, éste pese a no encontrarse catalogado como tal, es decir, como “histórico”, se encuentra bien delimitado y en buen estado de

conservación, con calles que guardan una adecuada armonía en materia de tipología de edificios y alturas. Adicionalmente al Centro Histórico, la ciudad de Cuernavaca cuenta con otros espacios de interés urbano-arquitectónico como son sus 12 pueblos históricos y dos barrios históricos, todos ellos protegidos por ordenamientos legales.

Respecto a la conservación de los edificios, el Centro Histórico se mantiene en buen estado, especialmente en lo que a las fachadas de edificios se refiere, pese al hecho de que algunos inmuebles requieren mejoras importantes (iluminación, rehabilitación, pintura, eliminación de carteles o anuncios poco estéticos, arreglo de balcones, etc.). En este sentido y para evitar la proliferación de anuncios en locales, comercios o edificios que puedan dañar la estética de los inmuebles, se ha confeccionado un reglamento por iniciativa conjunta de los gobiernos estatal, municipal y el INAH, que regula el diseño, las características, colores, iluminación y colocación de los mismos. Así mismo, se han establecido una serie de recomendaciones en cuanto a la aplicación de colores en las fachadas de los distintos inmuebles que deseen ser remodelados, con la finalidad de conservar las tonalidades cromáticas tradicionales. Pese a ser una buena medida es necesario, que se incentive su puesta en práctica.

En materia de mobiliario urbano, éste se caracteriza por su heterogeneidad en cuanto al alumbrado, bancas de los parques que presentan un modelo similar pero se encuentran pintados de colores diferentes, botes de basura de distintos tamaños y tipologías, y, por otro lado, por ser insuficiente en términos generales en todo el municipio, especialmente en lo que a botes de basura se refiere. El mobiliario utilizado para la identificación de paradas de autobuses, por el contrario, sí posee un diseño homogéneo y se encuentra en buen estado de conservación en toda la ciudad. Asimismo, el mobiliario destinado a la promoción comercial o anuncios luminosos presenta una imagen homogénea y ordenada. No ocurre lo mismo en materia de señalización vial de la ciudad (señales de tránsito, nomenclatura de calles) y recursos turísticos en concreto, al caracterizarse la señalización direccional y posicional por su escasez y heterogeneidad.

Existen por otro lado, ciertos elementos que deterioran la imagen urbana como es el cableado aéreo, toldos y techos de lona, así como la presencia de anuncios y letreros luminosos. Por otro lado, a la estrechez de calles y banquetas, se une el problema de la invasión de las mismas por parte del comercio ambulante y de las tiendas que sacan sus productos a la calle como es el caso de calles principales y aledañas al centro urbano (Avenida y Parque Morelos). Por otro lado, en relación al ajardinamiento, arbolado y zonas verdes, en términos generales, se ha constatado un aparente descuido de las especies. Éste, que es un aspecto crucial en cuanto a la imagen urbana de cualquier ciudad, adquiere si cabe mayor relevancia en la ciudad de Cuernavaca, que tradicionalmente se ha conocido como la Ciudad de la Eterna primavera en la que espacios verdes, jardines y flores van indisolublemente unidos a ese calificativo o denominación.

La ciudad en general cuenta con un firme en buen estado de conservación en sus principales avenidas y calles, buen alcantarillado, alumbrado y limpieza general de las mismas. Por el contrario, en algunas de las banquetas y calles secundarias, el firme no presenta el mismo buen estado de conservación y existen problemas de falta de mantenimiento, baches, polvo y suciedad (Avda. Hidalgo por ejemplo). Un problema generalizado en todos los espacios de la ciudad es la presencia de graffiti, que afecta negativamente a la fachada de todo tipo de inmuebles y de buena parte del mobiliario urbano.

Servicio de policía turística

Actualmente existe un servicio de policía turística, que presta un doble servicio de vigilancia y cuidado del orden así como de apoyo y asistencia al turista. Este colectivo utiliza como medio de transporte la bicicleta y centra su actividad fundamentalmente en la zona del Centro Histórico. Sin embargo, el número de efectivos es reducido y se caracteriza por la necesidad de incrementar su conocimiento y cualificación en materia turística.

Cuernavaca se ha caracterizado por un desarrollo urbano poco planificado, configurándose la ciudad por absorción de pequeños núcleos rurales de la periferia y convirtiéndose en una ciudad multinuclear. Cuenta con una infraestructura de calles estrechas, con origen en antiguos caminos y con un Centro Histórico congestionado que se enfrenta a graves problemas de circulación y estacionamiento, con escasez de suelo y con conflictos en cuanto a los usos del mismo. Por otro lado, existe una imagen poco homogénea del mobiliario y carencias en materia de señalización direccional y posicional de los recursos turísticos.

Servicio de recolección y eliminación de residuos sólidos

El servicio de barrido, recolección y eliminación de residuos sólidos corresponde a la Secretaría de Servicios Municipales del Ayuntamiento. Los servicios de limpieza manuales y mecánicos son insuficientes para atender las necesidades actuales. En este sentido, la recolección de basura se realiza tanto de forma domiciliaria como a través de servicios especiales. En materia de mobiliario urbano, los botes de basura existentes en la vía pública se caracterizan por su falta de homogeneidad en cuanto a diseño y capacidad, y en muchas ocasiones se ven desbordados.

Sin embargo, en determinados casos, como ocurre en la Avenida Morelos, calles del Centro Histórico y áreas verdes de la ciudad presentan problemas de acumulación de basura procedente de la actividad diaria de puestos ambulantes de alimentos, desechos de talleres de autos, restaurantes, etc., que se traducen en focos de contaminación y que proyectan a los ciudadanos y visitantes una imagen urbana poco cuidada y respetuosa del medio ambiente.

Actualmente el servicio de limpieza y recolección de basura es insuficiente y se observan problemas de acumulación de desechos por la actividad del comercio informal y otras actividades que no gestionan eficazmente sus residuos, lo cual genera focos de contaminación visual que afectan a la imagen de Cuernavaca como destino turístico.

Agua y alcantarillado

El problema de escasez de agua es bastante considerable de cara al futuro, teniendo en cuenta la ubicación del Municipio, en el interior del territorio nacional, donde los niveles de precipitación anual no son muy abundantes (se registran unos 1096 mm cúbicos anuales). En cuanto a la red de drenaje del municipio, éste cubre el 92.60 % de las viviendas. Pese a ello, la estructura urbana de la ciudad dificulta la existencia de un sistema de drenaje eficaz, de forma que la abundancia de cursos de agua se han aprovechado como

alcantarillado en numerosas residencias y colonias, con el consiguiente problema de contaminación de los espacios naturales que están integrados en la trama urbana.

Existen tres plantas de tratamiento de aguas residuales que hasta el momento han cubierto satisfactoriamente las necesidades de la ciudad.

La estructura urbanística y el crecimiento experimentado por la ciudad, ha derivado en deficiencias en el sistema de drenaje provocando los consiguientes problemas medioambientales que pueden afectar a la imagen del destino.

Aunado a lo anterior, el Sistema de Agua Potable y Alcantarillado del Municipio de Cuernavaca (SAPAC), enfrenta en la actualidad, una crisis financiera debido principalmente a las deudas históricas acumuladas con diferentes Dependencias de Gobierno Federal y Estatal, Comisión Nacional del Agua (CONAGUA), Comisión Federal de Electricidad (CFE), Instituto de Crédito para los Trabajadores al Servicio del Estado de Morelos (ICTSGEM) o ante acreedores particulares generados desde gobiernos anteriores. Esto ha retrasado por trienios, la inversión en nuevas tecnologías y obras de infraestructura hidráulica y saneamiento en beneficio de los cuernavacenses, que amplíen y doten con eficiencia la cobertura de servicios.

Existe por otra parte, un alto rezago en el pago de los usuarios, generando falta de liquidez para el Sistema y la configuración de la cartera vencida. Los precios de las tarifas de consumo no corresponden a su costo y al incremento en los precios de los materiales que se requieren. Ello aunado a un alto rezago en el pago puntual de los usuarios.

La insuficiencia de recursos financieros ha impedido la sustitución de la red de distribución de agua potable, que por su mal estado genera pérdida considerable del vital líquido y un costo extra en la operación de los equipos.

El crecimiento explosivo y desordenado de la población ocasiona el aumento de la demanda del servicio de agua potable en lugares cada vez más inaccesibles. Debido a los efectos de deforestación y lo errático de los temporales de lluvias, cada vez es menor la disponibilidad del líquido en los mantos freáticos.

IX. Protección del territorio y del paisaje natural y urbano.

Existe en la actualidad un gran rezago en el desarrollo urbano, esto debido a que no se ha ordenado el crecimiento urbano en los diferentes pueblos y colonias del Municipio, ya que algunos de ellos cuentan con todos los servicios básicos y otros no cuentan con ninguno, por eso se pretende que en esta Administración 2013 – 2015, se beneficien un mayor número de pueblos y colonias a fin de lograr una mayor equidad en la dotación de los servicios públicos.

Se han realizado obras públicas en el Municipio sin la adecuada planeación o supervisión técnica, lo que ha ocasionado mayores problemas; se tienen asentamientos humanos que carecen de los servicios básicos y que al no cumplir con la normatividad para ser beneficiarios con programas Federales, se requiere se implementen otras opciones para poder solucionar su problemática y lograr mejorar su índice de bienestar social.

A pesar de las bondades de la obra pública, en el año 2013, una parte de los pueblos y las colonias del Municipio de Cuernavaca carecen de los servicios básicos que el desarrollo urbano proporciona para poder elevar su calidad de vida, ya que en años anteriores se han realizado obras públicas que no son de primera necesidad, se han construido obras públicas de “relumbrón”, con la intención de que sirvieran de plataforma política para poder aspirar a cargos mayores, así se construyó el puente “Cuernavaca 2000” y el “Distribuidor Vial Emiliano Zapata” en la Colonia Buena Vista; otras obras públicas han sido construidas por “ocurrencias”, para poder ejercer el recurso autorizado, aunque a su terminación manifestaron deficiencias técnicas, como fueron el paso a desnivel en el cruce de La Selva y el Puente de Santa María Ahuacatitlán. Es por esta razón que en la presente Administración 2013-2015 se pretende construir aquellas obras públicas que reclama la ciudadanía como prioritarias.

En los trabajos por realizar se tendrá que considerar que una buena parte del desarrollo urbano de Cuernavaca está construido en superficies de tierra ejidal y comunal, situación que ha provocado el crecimiento de asentamientos humanos irregulares, lo que ha traído consigo problemas como la especulación de terrenos, la invasión de tierras ejidales y comunales, así como la construcción de fraccionamientos asentados en terrenos irregulares, entre otros.

Así, el crecimiento urbano acelerado de Cuernavaca ha dado forma a la mayor zona conurbada del Estado de Morelos, en donde ocho municipios avanzan en su integración urbana, económica y desde luego social, situación que hace más necesaria la construcción de las obras públicas que se requieren para atender este crecimiento de la población.

En los últimos años las finanzas públicas municipales de Cuernavaca se vieron fuertemente impactadas por los efectos de la crisis económica mundial, situación que ocasionó que la recaudación de los ingresos municipales se viera disminuida, lo que orilló a que el Ayuntamiento recurriera al financiamiento vía deuda pública como medida emergente para construir la obra pública y proporcionar los servicios públicos.

Con la finalidad de dar solución a las demandas de la sociedad, se pretende la participación de los habitantes para la realización de sus peticiones, a través de su cooperación con la mano de obra o con materiales de que dispongan para los proyectos de infraestructura básica, en los casos en que no sean factibles con algún programa

federal, ayudando con esto a solucionar aquellas peticiones que no se han atendido desde hace años.

En la situación económica actual, se requiere sumar recursos de los gobiernos Federal y Estatal para atender las demandas de la población; sin embargo, para acceder a los recursos presupuestales de los órdenes de Gobierno Federal y del Estado de Morelos es preciso cumplir las Reglas de Operación de los programas que aprueba el Congreso de la Unión y el Congreso del Estado y dentro de estas Reglas se establece como requisito la presentación de un proyecto o de un expediente técnico definitivo; así mismo, en su caso, se tiene que cumplir este requisito ante las fuentes de financiamiento tanto nacionales como internacionales; para ello, se debe realizar el diseño de proyectos urbanos y arquitectónicos solicitados por la población con un enfoque sustentable, la correcta priorización de los mismos se reflejará en una mejor aplicación de los recursos financieros en la ejecución de obra pública, mejorando consecuentemente la calidad de vida de la población del municipio de Cuernavaca.

Se deberán realizar proyectos que planteen la solución a las peticiones de la población que respondan a la necesidad que se tiene y se definirá con los beneficiarios la prioridad de atención, para que en su oportunidad, en los tiempos que con ellos mismos se hayan definido, se satisfagan los requerimientos de obras públicas que impacten favorablemente en el logro de un desarrollo integral y equilibrado, a partir de una visión sustentable en la que el aprovechamiento de los recursos materiales y financieros privilegien el fomento del desarrollo económico, el cuidado y preservación del ambiente y un desarrollo armónico capaz de igualar la generación de oportunidades en las áreas urbanas y rurales del municipio sin pasar por alto el marco jurídico que rige las funciones en materia de proyectos arquitectónicos.

Cuernavaca constituye por su ubicación e historia, la ciudad referencial de descanso y recreación de la gran metrópolis del Distrito Federal. Pero también ha alcanzado en los últimos 20 años una explosión demográfica que provocó niveles críticos de conflictos urbanísticos y ambientales.

El municipio de Cuernavaca, ha sido y aún hoy lo es, un sitio codiciado para vivir, esto en razón de sus condiciones climáticas y paisajísticas, que propiciaron su “slogan” por cierto merecido: “la ciudad de la eterna primavera”. Pero en un corto tiempo se produjo un desarrollo explosivo; su territorio codiciado como mejor sitio para vivir; también sufre presiones que implican crecimiento y en consecuencia la necesidad de grandes mejoras en su estructura urbana, sus servicios y equipamiento, aunque en especial, de recuperación ambiental. La demanda habitacional es alta y por ella costosa, no siempre en las posibilidades de los hijos de los pobladores actuales. El reuso del suelo, originalmente tierra fértil entre las grandes barrancas, poco a poco cedió al cambio. El casco histórico y sus 11 pueblos, defienden, apoyados en la añoranza, sus antiguas construcciones, calles y callejones. Sus habitantes los más antiguos observan con bastante temor el peligro de su descendencia. La presión especulativa comercial hace peligrar su permanencia física en el suelo que los vio nacer. La firme vocación residencial se debilita, pelagra el concepto de ciudad jardín, las calles de paseo y encuentro, son arrebatadas por su majestad el automóvil.

A pesar de los esfuerzos realizados para proteger los ecosistemas morelenses con la creación de reservas ecológicas, los bosques y selvas, así como la fauna asociada a ellas, se encuentran en proceso acelerado de deterioro y con una tendencia que se

advierte difícil de detener en el corto plazo. Los cambios de uso de suelos ocasionados por la tala de los bosques y selvas para el uso urbano además de la quema de bosques y selvas para la apertura de terrenos para uso agropecuario, han reducido las áreas forestales sujetas a conservación, conjuntando a esta situación se tiene la problemática de contaminación ambiental ocasionada por la falta de un manejo óptimo de los residuos, incrementando la generación de basura, la cual depositan a cielo abierto en tiraderos clandestinos.

Otra problemática que afecta al patrimonio natural no solo es la conurbación sino de todo el estado es la generación de aguas negras, las cuales se descargan directamente a arroyos y barrancas sin ningún tratamiento previo, lo que representan un gran peligro para los pobladores, ya que además de su peligrosa infiltración al subsuelo, causando la contaminación de los mantos acuíferos subterráneos, afecta en demeritar los paisajes naturales de la conurbación.



Parque Melchor Ocampo en Cuernavaca. Foto: ECA, 2013.

Identificación de áreas sensibles de proyección ambiental y paisajística.

Dentro de la problemática urbano ambiental de la ciudad de Cuernavaca, los conflictos más alterantes (o que más afectan al resto), son aquéllos referidos a dos premisas de sustentabilidad que se complementan y contraponen, como son el sistema de unidades naturales a proteger y el paisaje identitario, los cuales se enuncian a continuación:

1. La degradación de las barrancas por asentamientos indiscriminados, desagües domicilia-rios sin tratamiento, basura y dificultad de accesibilidad para su limpieza.

La construcción indiscriminada de viviendas ocupando bordes de barrancas, con riesgo de inestabilidad geológica, impactos de contaminación por desechos de basura y desagües de aguas negras sin trata-miento previo, con el agravante de las dificultades de accesibilidad para poder realizar trabajos de limpieza y mantenimiento, han producido exponencialmente la degradación de un sistema natural de barrancas, “corredores de biodiversidad norte-sur”, que está destruyendo con consecuencias impredecibles, los atributos urbano-ambientales de Cuernavaca, por la que le valió el nombre de “la ciudad de la eterna primavera”, y desperdiciando una enorme potencialidad de uso social para sus habitantes y ocasionales visitantes, con actividades recreativas, deportivas y turísticas.

2. La falta de áreas verdes de uso público en la trama urbana, en contraposición a cierta “imagen verde” por la abundante vegetación de las áreas privadas.

A pesar de la profusa vegetación que se observa en la ciudad, debido en parte a un clima que favorece su crecimiento, expresado además en la tipología de casas con patios muy forestados y en muchos casos copas de árboles invadiendo las banquetas públicas, lo que le confiere un paisaje de “ciudad verde”, Cuernavaca, contrapone esa percepción visual con casi la ausencia de espacios verdes de uso público. Una ciudad que creció alrededor de su centro histórico, con casas de fin de semana en terrenos de generosa superficie, sin una planeación estipulada. Una ciudad individualista que menospreció por ello, la creación de espacios verdes de uso público.

3. La trama urbana en contraposición con la topografía de pronunciados desniveles genera serios inconvenientes de conectividad vehicular y peatonal.

La topografía de la ciudad, de pronunciados desniveles, y acompañada por las numerosas barrancas de variadas profundidades, que se extienden de norte a sur, facilitan y promueven la circulación y conectividad vehicular precisamente en el sentido longitudinal norte-sur, pero provocando por interrupción de las mencionadas barrancas, serios inconvenientes de conectividad oriente-poniente, propiciando una ciudad fragmentada que provoca caos de tránsito vehicular, inadecuado sistema de transporte público colectivo, demoras en los traslados, y contaminación de aire y ruidos. Todo ello con el agravante de la falta de un sistema complementario de ciclo-vías y sendas peatonales.

4. La inadecuada reglamentación y normas de construcción que promuevan y/o exijan el hábitat sustentable y el diseño y materiales inadecuados en las nuevas construcciones, y carencia de uso de energías alternativas.

La falta de reglamentación que promueva y/o exija el uso de materiales y sistemas constructivos adecua-dos, la falta de investigación aplicada en el uso de energías

alternativas (el recurso del sol, la pendiente de la ciudad, los vientos norte-sur, etc), que eviten el gasto excesivo de energías tradicionales, y la falta de un adecuado control en el uso del suelo, se suman al creciente deterioro de la ciudad.

5. La sociedad fragmentada con población flotante excesiva que pondera lo privado en desmedro del espacio público como ámbito de interacción social.

A partir de su centro histórico fundacional de trazado colonial, la ciudad de Cuernavaca creció con población de fin de semana proveniente de las clases altas del DF, que construían sus casas rodeadas de jardines en grandes predios, conformando una sociedad cerrada e individualista.

Este uso y ocupación del suelo, “de muros hacia adentro”, definió una trama urbana sin ámbitos de interacción social, y en consecuencia se construyó una sociedad fragmentada, donde la población ocasional flotante de fin de semana, y de mayores recursos económicos, impuso su ponderación por el espacio privado, en desmedro de la población estable, de menores recursos, que requería de los espacios públicos de recreación, paseo e intercambio cultural.

6. La falta de generación, organización, acceso y divulgación de la información referida a las políticas públicas y privadas previstas para la ciudad.

Seguramente por falta de hábitos, sumado al desinterés de gran parte de la población, los gobiernos municipales no informan a la ciudadanía las políticas o estrategias previstas para la ciudad. Esta desinformación atenta contra la formación de una cultura ciudadana, necesaria e imprescindible para controlar y tutelar las acciones de gobierno que inciden en el desarrollo urbano, y en definitiva en el modelo de ciudad que la comunidad elige para vivir.

7. La falta de educación cívico-política y respeto a la legalidad, consecuentemente ausencia de la participación como acción comunitaria.

La falta de educación cívica y por lo tanto la ausencia de participación de la comunidad en las cuestiones urbanas, y consecuentemente la falta de diálogo con el gobierno municipal, inciden también negativamente en el desarrollo de la ciudad, deterioro socio-ambiental y pérdida de identidad. Una ciudad que acumula deterioro ante la mirada cómplice de autoridades y comunidad.

8. Trama urbana discontinua en una difícil orografía, sin infraestructura vial, servicios y equipamientos adecuados, agravado por falta de previsión del crecimiento urbano.

El crecimiento descontrolado de las ciudades latinoamericanas en los últimos años, ha provocado serios problemas urbanos, porque ese crecimiento casi nunca fue acompañado por infraestructuras adecuadas de vialidad, servicios y equipamientos.

A este fenómeno urbano no ha sido ajena Cuernavaca, pero con un agravante adicional, su crecimiento se consolidó sobre una superficie de serranías de compleja orografía, atravesada por profundas barrancas que corren de norte a sur, provocando serias dificultades de conectividad vial y peatonal, en especial en el sentido oriente-poniente.

Una trama vial inadecuada para contener el enorme flujo vehicular, la falta de un transporte público de pasajeros eficiente, una ocupación del suelo que potencia el uso privado en contraposición a la escasa disponibilidad de suelo de uso público, más la insuficiente infraestructura de servicios y equipamientos, prefiguran una ciudad insustentable, que requiere de urgentes medidas de corrección.

9. Dificultad de concertación y descoordinación entre los diferentes niveles y sectores del gobierno. Acciones diferenciadas según grupos sociales

Siendo Cuernavaca cabecera de un área metropolitana sufre no sólo los impactos de sus problemas urbanos, sino también la de sus municipios vecinos. Y es entonces cuando la dificultad o falta de coordinación entre los diferentes actores políticos y grupos sociales, provoca serias dificultades para llevar adelante acciones y proyectos conducentes.

X. Mercados actuales y potenciales.

Volumen

Demanda y llegada de turistas a Cuernavaca destino turístico.

Durante el 2012, Cuernavaca recibió 614 mil 888 visitantes, de los cuales 92% fueron turistas nacionales y el restante 8% turistas extranjeros. Al igual que el estado en su conjunto, la composición real de turistas durante los últimos ha sido de turistas nacionales.

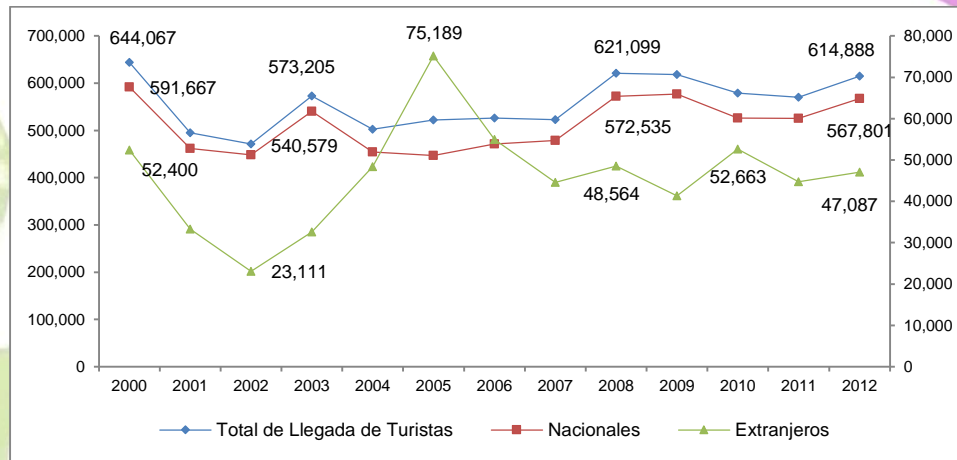
Cuernavaca: Llegada de Turistas Nacionales y Extranjeros (2000-2012 p/)

Año	Llegada de Turistas						Turistas Noche					
	Total	Var. %	Nacionales	Var. %	Extranjeros	Var. %	Total	Var. %	Nacionales	Var. %	Extranjeros	Var. %
2000	644,067		591,667		52,400		854,750		783,849		70,901	
2001	494,980	-30.12	461,688	-28.15	33,292	-57.40	720,714	-18.60	671,993	-16.65	48,721	-45.52
2002	471,624	-4.95	448,513	-2.94	23,111	-44.05	734,335	1.85	685,319	1.94	49,016	0.60
2003	573,205	17.72	540,579	17.03	32,626	29.16	729,009	-0.73	680,548	-0.70	48,461	-1.15
2004	502,758	-14.01	454,358	-18.98	48,400	32.59	704,167	-3.53	642,220	-5.97	61,947	21.77
2005	522,030	3.69	446,841	-1.68	75,189	35.63	764,587	7.90	662,565	3.07	102,022	39.28
2006	526,452	0.84	471,455	5.22	54,997	-36.71	796,798	4.04	709,290	6.59	87,508	-16.59
2007	523,219	-0.62	478,592	1.49	44,627	-23.24	806,709	1.23	733,463	3.30	73,246	-19.47
2008	621,099	15.76	572,535	16.41	48,564	8.11	852,634	5.39	777,557	5.67	75,077	2.44
2009	618,112	-0.48	576,810	0.74	41,302	-17.58	816,616	-4.41	763,266	-1.87	53,350	-40.73
2010	578,875	-6.78	526,212	-9.62	52,663	21.57	773,113	-5.63	710,530	-7.42	62,583	14.75
2011	570,155	-1.53	525,423	-0.15	44,732	-17.73	769,296	-0.50	719,545	1.25	49,751	-25.79
2012	614,888	7.27	567,801	7.46	47,087	5.00	874,455	12.03	820,458	12.30	53,997	7.86
TMCA (2000-2012)		-0.39		-0.34		-0.89		0.19		0.38		-2.30

Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México. (2012) /p.

Del 2000 al 2012, se observa que Cuernavaca experimentó altibajos en el número de llegadas de turistas nacionales. La tasa media de crecimiento anual ha sido negativa (-039%), siendo en el 2004 cuando registró la menor tasa de crecimiento (-14.01%), recibiendo un total de 502 mil 758 turistas, tendencia que se mantuvo. Hasta el 2008, registró un ascenso del 15.76%, empezando a decrecer año con año hasta empezar a incrementar en el 2012.

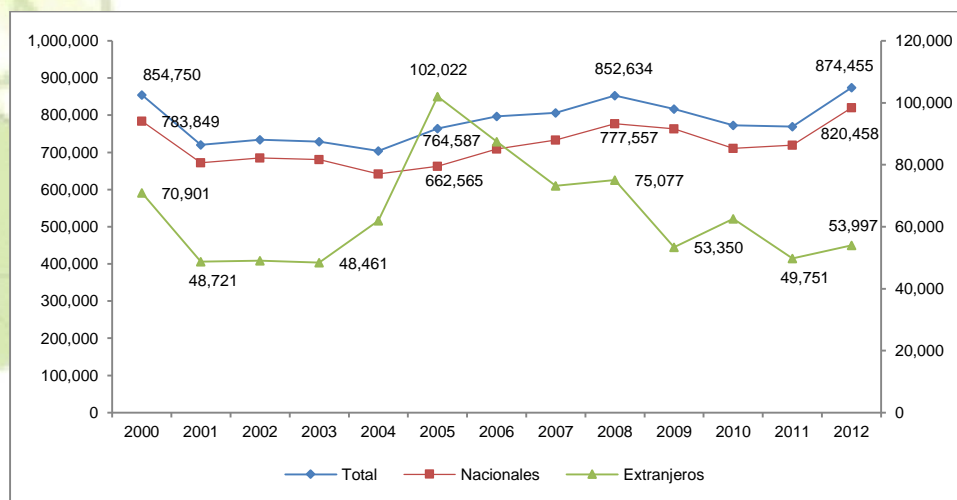
Cuernavaca: Llegada de Turistas Nacionales y Extranjeros. (2000-2012 p/)



Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México. (2012) /p.

Por el contrario, durante el período de estudio, la llegada de turistas extranjeros presentó altibajos. En el 2005, se experimentó un repunte de los turistas extranjeros para continuar de nuevo con una tendencia decreciente, ya que se observa una disminución significativa de la llegada de turistas a Cuernavaca, tendencia que continuó agudizándose hasta el 2009. Esta situación se atribuye como consecuencia de la crisis sanitaria de la influenza, la inseguridad en la región centro que vive el país y la crisis económica por la que paso Estados Unidos. Del 2000 al 2012, la tasa media anual de crecimiento fue negativa (-0.89%).

Cuernavaca: Turistas Noche Nacionales y Extranjeros (2000-2012 p/)



Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México. (2012) /p.

Características sociodemográficas

Para la elaboración de este apartado de análisis, es necesario mencionar que buena parte de los datos referentes al estado de Morelos son exportables y representativos de la realidad turística de Cuernavaca, ya que el municipio constituye el principal centro turístico de la entidad.

En cuanto a la procedencia de la demanda turística, existe un claro predominio del visitante nacional, especialmente de la zona metropolitana de la Ciudad de México, como ya se ha apuntado (en torno al 70 % de los visitantes proceden de esta zona, correspondiendo un 53% al Distrito Federal y un 17% a los municipios conurbanos del Estado de México). El resto de visitantes procede de otros municipios del resto del país, especialmente de Puebla y Guerrero, mientras que tan solo un 2% proceden del extranjero (1% de Estados Unidos y, el 1% restante, de otros países).

Junto al factor proximidad respecto del principal mercado emisor, existe otro aspecto importante que favorece la visita a Cuernavaca como es la buena accesibilidad al municipio. Según datos del Estudio de Competitividad turística, un 68% de los turistas que llegan al Estado de Morelos lo hacen en vehículo propio, seguido de autobús y acceso en avión. Con relación a esta última modalidad de acceso, en el año 2002 el aeropuerto de Cuernavaca recibió un total de 49,080 pasajeros de origen nacional. Asimismo, el número de llegadas en vuelo durante los últimos años se ha incrementado considerablemente pasando de recibir en 1994 una cifra de 8,974 pasajeros a 49,080 en el año 2002, lo cual nos da una idea del incremento en cuanto al número de visitantes que ha experimentado Cuernavaca como destino turístico.

La modalidad de alojamiento más utilizada por los visitantes es la vivienda propia seguida de la modalidad hotelera, que registra mayor porcentaje de ocupación en sus categorías de 4 y 1 estrellas. Un gran porcentaje de los turistas que se hospedan en hoteles de mayor categoría corresponde a viajeros de negocios, los cuales son de gran importancia para los hoteles ubicados en el centro de la ciudad. Por otro lado, como se analizó en el apartado de oferta, los máximos de ocupación hotelera se registraron durante los meses de marzo, julio, agosto y septiembre, un buen indicativo de la marcada estacionalidad que sufre el destino, coincidiendo con Semana Santa y verano.

Por otro lado, la estadía promedio del visitante nacional que acude a Cuernavaca es de 1.5 días, mientras que en el caso de los extranjeros alcanza los 2.1 días, lo cual nos indica que se trata de un destino de fin de semana e incluso de una sola jornada.

La demanda nacional se caracteriza por el conocimiento que posee acerca del destino y por el elevado índice de repetitividad en sus visitas. Según datos del Estudio de competitividad turística citado, un 92% de los entrevistados manifestaba conocer bien el estado de Morelos, realizando unas 7.9 visitas promedio a Cuernavaca en un intervalo de seis meses.

Los principales motivos de visita a Cuernavaca, además de la proximidad a la Ciudad de México, son las buenas condiciones climáticas del lugar, las posibilidades de descanso que ofrece el municipio, así como la tenencia de una segunda residencia. Como dato significativo en este último sentido, el estado de Morelos y en concreto, Cuernavaca, es el lugar donde existe un mayor número de residencias de descanso de la población residente en la Ciudad de México. Asimismo, son factores de atracción los vínculos

sociales y familiares, el atractivo que constituye la oferta cultural y las visitas por motivos de negocios.

Por otro lado, Cuernavaca ostenta una posición de liderazgo a nivel nacional en cuanto a la oferta del aprendizaje del español con una importante oferta de universidades y escuelas privadas. En este sentido, en el año 2002 se estima que recibió un total de 10 mil estudiantes extranjeros, siendo la estadía y gasto promedio de 3 semanas y 10 mil dólares respectivamente.

En términos generales y según el citado estudio de competitividad, el nivel de gasto de los turistas es bajo, siendo la comida y los alimentos los que mayor peso tienen en la cesta de consumo turístico, seguidos del gasto realizado por concepto de visitas a balnearios. El nivel de gasto correspondiente a alojamiento es más reducido, ya que como se constató la mayor parte de los visitantes posee una residencia en el destino o se aloja en casa de familiares y amigos.

El principal grupo de demanda identificado corresponde al turista nacional de proximidad en concreto del Distrito Federal y área metropolitana, siendo muy poco significativa la presencia de visitantes internacionales. Las principales motivaciones de la visita son la proximidad, buena accesibilidad, entorno tranquilo y buen clima que impera en el municipio, así como en muchos casos la tenencia de una segunda residencia. La estancia promedio, sin embargo, no es muy alta tratándose en muchos casos de visitas de día con lo cual parece necesario realizar actuaciones que permitan incrementar la estancia del visitante. A resaltar el bajo nivel de gasto que se realiza en alojamientos producto de las cortas estancias y las segundas residencias.

Identificación de problemáticas de los mercados actuales y potenciales.

Derivado de la problemática general de seguridad se ha recibido una afectación grave y directa al turismo, al considerarse como una actividad prioritaria de desarrollo en el Municipio, será importante la búsqueda de soluciones y atención directa a las necesidades de este sector, por lo tanto se trabajará en el desarrollo del cuerpo de Policía Turística, que además de contar con las características propias de los elementos de Policía Preventiva, contarán también con conocimientos adicionales que faciliten la atención, seguridad y salvaguarda de los prestadores, comerciantes y demás participantes de las actividades turísticas, habitantes y visitantes de Cuernavaca.

Otro problema radica en la deficiente limpieza y saneamiento en el Municipio, por la falta de un sistema eficiente de recolección de basura, así como la ausencia de botes de basura acordes al volumen generado por la ciudadanía, y en conjunto a la falta de cultura cívica tanto de comerciantes del Centro Histórico como de los transeúntes locales.

La escasa iluminación en calles y plazas públicas. Se cuenta con iluminación baja o en algunos casos nula de alumbrado público en el Centro Histórico como en sitios específicos de interés turístico, así como en algunas colonias del Municipio de Cuernavaca, situación que conlleva a que el turismo no se aventure a conocer algunas colonias y poblados en la noche, limitando su radio de movilidad, en esto influye también los horarios y los costos de los servicios.

La imagen urbana muy deteriorada, originada por la acumulación de trabajos y falta de comunicación a la población de cuál es la correcta imagen urbana a utilizar en sus predios.

La existencia de comercio semifijo e informal excesivo, en los principales corredores turísticos y comerciales del Municipio, generan una mala imagen, limitan la circulación de transeúntes, generan focos de contaminación y la utilización de recursos de manera indebida tales como luz y agua.

El no contar con perímetros de seguridad y protocolos de atención y respuesta inmediata, genera la desconfianza tanto en el inversionista turístico, como en el visitante, que limita su zona de movilidad y esparcimiento, así como sus horarios de entretenimiento.

La inseguridad presentada en el Municipio y en la Entidad desde hace años, ha provocado entre otras cosas, que, siendo un Municipio con una buena cantidad de escuelas de español para extranjeros, hoy en día se encuentren en crisis por la falta de alumnos para subsistir, estos estudiantes extranjeros eran una amplia recomendación para la Capital, además que en la actualidad, naciones como Estados Unidos han clasificado a la Capital del Estado como de peligro latente, recomendando a sus ciudadanos extremar precauciones en su visita.

El transporte público presenta serias deficiencias en el servicio, en los horarios, la infraestructura interna de los vehículos no alienta al turista a utilizar este tipo de medio. Por lo tanto el taxi es una opción alterna, misma que presenta la misma problemática, pero con una variabilidad de tarifas subjetivo, donde existe un abuso del permisionario con el turista. El tráfico presentado en la mayor parte del Municipio, inhibe que el turista pueda desplazarse libremente y sin contratiempo a través del mismo, y el pésimo servicio público con el que se cuenta provoca que el turista, nacional o extranjero, no quiera utilizarlo.

Los atractivos turísticos, historia y tradiciones, no han sido debidamente aprovechados o detectados para su comercialización y divulgación entre los visitantes nacionales y extranjeros.

La capacitación en mejora y atención al turismo tanto a propietarios de los productos turísticos, tour operadores y a su personal de contacto, es otra pieza fundamental una vez creada la certidumbre de seguridad, porque una vez que llega el turista a consumir el producto o servicio debe recibir la correcta, pronta y cálida atención que espera, ya que su expectativa es tener un nuevo contacto con formas de atención diferentes a las que está familiarizado en su lugar de origen. Y el turista frecuente, tiene formas de realizar la comparativa de los servicios, productos y atención recibida, esta experiencia da origen a su decisión de permanecer o trasladarse a otro Municipio, y desde luego a su recomendación de visitar Cuernavaca, en función de la percepción que ha generado su estancia.

XI. Promoción y comunicación.

Acciones de promoción

Dentro del eslabón de mercadotecnia y comercialización se contempla el posicionamiento del destino en los nichos de mercado (internacional, nacional, regional y local), para lo cual los medios de comunicación y las fuentes de información son fundamentales como medio de comunicación para dar a conocer a Cuernavaca y sus atractivos turísticos. Sin embargo, se requiere una labor de coordinación de la promoción a nivel estatal, la cual se logra a través del Fideicomiso de Turismo (FITUR), el cual se encarga de administrar la recaudación del impuesto del 2% al hospedaje. El buen desempeño y organización de los empresarios a través de FITUR ha resultado en un incremento anual del presupuesto para promocionar a Morelos, esto se explica por un aumento en la recaudación del impuesto del 2% al hospedaje. Sin embargo, los recursos para promoción nunca son suficientes por lo tanto se deben buscar más esquemas de participación, dar espacios en concesión para seguir multiplicando recursos.

Asimismo, para mejorar el desempeño de FITUR se requiere de una oficina de promoción turística en la Ciudad de México, la cual sería la encargada de difundir los atractivos que ofrece Morelos al visitante, generar estrategias de relaciones públicas y alianzas estratégicas para aumentar el flujo de visitantes del Distrito Federal hacia Morelos, de manera específica, a Cuernavaca.

El turismo requiere de inversión en distintos rubros, como infraestructura carretera, señalización, infraestructura hotelera, servicios turísticos, entre otros. Por ello, es importante que las instancias gubernamentales tengan un catálogo que incluya las oportunidades de inversión en proyectos con potencial turístico.

La mercadotecnia no sólo incluye la publicidad o promoción del destino. El objetivo de la mercadotecnia para las empresas turísticas debe ser ofrecer los elementos necesarios para atraer al mayor número de visitantes según el segmento de mercado al que se dirijan las estrategias. El elemento clave de las estrategias debe ser satisfacer las necesidades de los turistas o visitantes potenciales con el objetivo de aumentar la ocupación, gasto y estadía promedio.

Asimismo, la mezcla de elementos de mercadotecnia se utiliza para describir los elementos claves que una organización debe ofrecer para cumplir con las necesidades de los consumidores. A esta mezcla se le conoce como las 4 P's: Producto (bienes y servicios que ofrece la empresa), Precio (el costo de los bienes y servicios), Plaza (el lugar en el que se ofrecen los servicios) y Promoción (las estrategias de las distintas instituciones para atraer turistas).

La efectividad de los materiales de promoción depende de varios factores, entre ellos, la forma en que están diseñados, las palabras e imágenes que contienen y como se hacen llegar a los clientes potenciales. Por lo anterior, para mejorar la promoción del destino turístico Cuernavaca requiere contar con una marca diseñada bajo una estrategia de mercadotecnia, la cual debe evocar distintos sentimientos en el turista y debe ser atractiva para llevarlo a visitar el destino. De ahí que las estrategias de mercadotecnia del estado cuenten con la marca Cuernavaca: La eterna primavera.

Los nichos de mercado a los que se vende Morelos son de origen local, regional, nacional e internacional. El mercado local debe ser atendido desde que los morelenses se encuentran en la escuela, mediante visitas guiadas para conocer las bellezas naturales y culturales con las que cuenta el estado. Los primeros que deben estar orgullosos de sus recursos turísticos son los habitantes, y una vez que lo conozcan lo podrán promover para que otros lo visiten. A nivel regional, el principal mercado emisor de turismo para Morelos es la Ciudad de México, sin embargo, para los habitantes de esta zona el destino turístico más cercano a su lugar de residencia es Acapulco, seguido por Cuernavaca. Esto puede explicarse a que Cuernavaca y los destinos en Morelos en general no son considerados o vistos como “destinos turísticos tradicionales”, como es el caso de las playas.

- **Acciones de comunicación**

Hace unos meses se inició la promoción de la marca “Morelos es”, la cual ha logrado posicionarse gracias al reconocimiento nacional de Cuernavaca como la ciudad de la eterna primavera, además los colores y el logotipo son atractivos para el consumidor. Por lo tanto, se deben continuar los esfuerzos de promoción con base en el nuevo logotipo y eslogan para continuar con una línea estratégica de mercadotecnia para posicionar a Morelos como uno de los destinos turísticos más atractivos del país. La marca representa los esfuerzos de promoción turística del Estado de Morelos, no es producto de un gobierno o proyecto político sexenal. Por lo tanto, los empresarios deben hacerla suya en un esfuerzo por posicionar al estado ante el turismo local, regional, nacional e internacional. La marca “Morelos es” evoca en la mente del turista algunos elementos característicos del estado como el clima, balnearios, naturaleza, tranquilidad, diversión, entre otros. Desde luego, Cuernavaca es más reconocida que Morelos, de ahí la buena recepción del eslogan “La Eterna Primavera”.

En este ámbito se ha fortalecido la comunicación a través de las redes sociales *facebook* y *twitter*, con el fin de compartir imágenes, documentos y notas turísticas que impulsen la promoción del destino turístico.

La pregunta se plantea con base en tres tipos de influencia que ejerce la información, primero sobre cuál es la primera información sobre el destino, segundo sobre la mayor utilidad para planear el viaje y tercer cuál es la fuente de información clave para decidir viajar a Morelos.

Más del 70% de los visitantes mencionan que la primera información sobre Morelos la reciben de familiares o amigos y el 8% la recibe por televisión, el 4% de folletos y el resto de otras fuentes de información. La información más importante sigue siendo la llamada publicidad de boca en boca, es decir, la mayor influencia para viajar a Morelos se basa en la promoción que hagan amigos y familiares. En este contexto, es importante reconocer que las estrategias de mercadotecnia y comercialización son distintas de acuerdo con el nicho de producto y al segmento de mercado al que se quiera llegar. Algunos medios son más eficientes que otros de acuerdo al tipo de producto, calidad y precio a promocionar. Con base en esto FITUR diseña las estrategias de promoción para posicionar al destino.

Para mejorar la calidad en la prestación de servicio se debe impulsar la comercialización post venta, la cual permitirá conocer a detalle el grado de satisfacción del cliente, la forma de mejorarla, así como los atributos positivos y negativos sobre el destino, el prestador de

servicios o algún otro elemento, además podría aumentar la probabilidad de que el turista regrese.

El turismo de negocios o reuniones es un segmento que tiene la ventaja de generar un gasto mayor al promedio y generar estadía entre semana. Por lo tanto, se le debe dar un renovado impulso a través de una estrategia de relaciones públicas, comercialización y mercadotecnia que aproveche el nuevo Centro de Congresos y Convenciones de Morelos. Asimismo, a los visitantes por motivos de reuniones de negocios, se les puede ofrecer una oferta de productos y servicios de otros nichos de producto del estado. Esto beneficiaría a distintos prestadores de servicios que podrán participar de la derrama económica que genera este nicho de mercado.

Tradicionalmente, la ciudad de Cuernavaca ha sido lugar para comprar una segunda residencia por parte de los habitantes de la ciudad de México, a este segmento de mercado se le conoce como turismo residencial o de segunda residencia. Probablemente sean los que menos derrama económica generan porque a veces ni siquiera salen a visitar atractivos turísticos de Morelos. Por ello, se deben lanzar campañas de información y promoción a los visitantes de segunda residencia para ofrecerles opciones atractivas a sus preferencias y nivel de ingreso. Por ejemplo, se les puede hacer llegar folletos por correo tradicional, espectaculares, repartir carteleros de eventos en las entradas a Cuernavaca, entre otras.

Un novedoso medio de promoción se realiza a través del Internet, algunos prestadores de servicios cuentan con sitios propios. Además, a nivel institucional, Morelos cuenta con una página para promocionar a todos los destinos turísticos del estado, el sitio es www.morelostravel.com. En esta página se puede encontrar toda la información sobre los productos y servicios turísticos que tiene el estado y Cuernavaca. Asimismo cuenta con un apartado que publica estudios de competitividad turística, estos están disponibles al público, cada uno se basa en encuestas de percepción aplicadas a los visitantes al estado, las cuales miden las preferencias y características principales de los visitantes de Morelos. La información sobre las características del segmento de mercado facilita la toma de decisiones por parte de los empresarios dedicados a la industria de la hospitalidad.

Identificación de la problemática de la promoción.

Algunas de las limitaciones de Mercadotecnia y Comercialización surgen por la falta de estrategias adecuadas o exitosas de comercialización del producto turístico, en ocasiones es por falta de capacitación o información para los empresarios.

Asimismo, existen oportunidades de inversión y negocio que no han sido detectadas o que no han encontrado el nivel de inversión que requieren. Actualmente, no existe un tour operador que ofrezca servicios de transporte para el espectáculo de Xochicalco de noche, o bien, que opere la Ruta de Zapata, recientemente se abrió el de la Ruta de los conventos con la empresa *Pullman de Morelos*. En estos dos últimos casos hace falta invertir en infraestructura carretera, señalización, además faltan productos y servicios para ofrecer a los visitantes de estas rutas.

Por lo tanto, se requieren esfuerzos de promoción de la inversión y de oportunidades de negocio para que se puedan aprovechar en todo su potencial turístico éste patrimonio

histórico cultural de México. El diagnóstico revela una carencia en la eficiencia de comercialización de los productos turísticos del estado.

En este caso, no existe una institución única encargada de la comercialización del destino, esta debe ser labor de la iniciativa privada. La comercialización de Morelos la realizan los propios empresarios del sector a través de sus asociaciones (Asociación de Hoteles del Estado de Morelos, Consejo Empresarial Turístico, Asociación de Parques Acuáticos y Balnearios de Morelos, CANIRAC, entre otras), también la realizan las agencias de viaje y los tour operadores.

Para comercializar el destino turístico se requiere de tour operadores que salgan a promocionar las ventajas que tiene Morelos sobre otros destinos nacionales o internacionales, y así atraer a los turistas para ofrecerles un producto turístico con calidad y precio competitivos. En el diagnóstico se detectaron varias oportunidades de negocio para el sector privado, las cuales aún no se han realizado, no se sabe si por falta de financiamiento, o por problemas de trámites para abrir las empresas.

Una forma de vincular la oferta turística de Morelos y ofrecer distintos productos para los diferentes nichos de mercados locales, regionales, nacionales e internacionales es a través de la creación de agencias administradoras de destino, las cuales deben ofrecer productos y servicios integrados a precios competitivos, y así aumentar el promedio de ocupación, la estadía y la derrama económica.

La promoción es efectiva en la medida en que se logra vender el producto por ello se requiere contar con información real sobre la efectividad de ésta a través de la comercialización de los destinos ejes de Morelos. Esta labor la podría realizar una agencia externa, o bien, ser parte de la estructura de FITUR. Un elemento adicional que ayudaría a vincular las estrategias de comercialización de los prestadores de servicios es mediante la integración de la oferta disponible en un *call center* a través de una línea de promoción y comercialización turística gratuita a nivel nacional 01-800-MORELOS (ó 01-800-PRIMAVERA). Esta línea tendría la ventaja de enlazar los distintos nichos de producto de Morelos, proporcionaría información y ayuda a todos los visitantes, genera estadística sobre los productos más demandados por los usuarios del servicio, y además la misma operación de la línea 01-800 genera empleos para los morelenses.

Actualmente la efectividad de la promoción se mide de manera indirecta a través del índice de ocupación hotelera, sin embargo, este no se mide de manera exacta, debido a que en ocasiones se reporta la ocupación sólo del fin de semana (lo cual sobre estima el promedio). Debido a la importancia de contar con datos reales para medir la efectividad de las estrategias de promoción turística y del potencial turístico del destino se debe hacer un llamado para que los prestadores de servicios de hospedaje lleven un registro confiable de su nivel de ocupación. De manera reciente las tecnologías de información, principalmente el Internet, han revolucionado la manera en la que se pueden comercializar los productos y servicios turísticos, de hecho han hecho que la publicidad sea más efectiva, personalizada y más barata. Sin embargo, no todos los empresarios tienen acceso a estas tecnologías por falta de recursos o por ignorancia de su manejo. Por ello, se deben promover cursos de capacitación para la aplicación de estas tecnologías en las estrategias de comercialización de cada empresa turística.

Para continuar con el posicionamiento de la marca Cuernavaca: La Eterna Primavera, se sugiere organizar una feria anual en la época del inicio de la primavera para que se haga

una costumbre ir a Morelos ("Vive la Primavera en la Primavera de México") en esas fechas, en esta feria se debe vincular la gastronomía local, la cultura, la diversión, las tradiciones y la hospitalidad del pueblo de Morelos. La feria se debe hacer con distintos eventos en los destinos turísticos eje del estado. Asimismo, el objetivo debe ser posicionarla en el tiempo (como la Feria de San Marcos en Aguascalientes o el Festival Cervantino en Guanajuato) para ello la feria debe partir de una estrategia consensuada con los representantes de los empresarios del sector; la feria debe vincularse con las tradiciones, gastronomía, productos y servicios de las distintas regiones de Morelos. Además debe existir coordinación entre las autoridades estatales y municipales para apoyarla en su logística y promoción.



Calle Nezahualcóyotl del centro histórico de Cuernavaca, el mejor ejemplo de conservación de imagen urbana de la ciudad. Foto: GGH, 2013.

XII. Comercialización.

Comercialización directa e indirecta

La competitividad en el turismo en Cuernavaca depende de la capacidad que tengan sus prestadores de servicios de ofrecer productos y servicios de calidad. De esta forma se deben impulsar proyectos turísticos que favorezcan la calidad en el servicio para que el turista salga satisfecho, hable bien del destino, decida regresar y traiga más gente con él. Antes de comercializar un producto o servicio turístico se debe contar con un producto listo para ofrecerse al visitante. Se deben de incluir todos los elementos que ofrezcan una buena estancia al turista, buena calidad, buen precio que hagan de la experiencia algo inolvidable. En este punto el armado del producto resulta fundamental, no sólo se trata de construir cabañas y promoverlas, debe ofrecerse una oferta de productos complementaria que hagan atractivo el destino, por ejemplo, se deben de contar con servicios básicos (agua, luz eléctrica, teléfono, alimentos, servicios de emergencia, entre otros), guías capacitados en turismo de naturaleza, entre otros elementos.

La comercialización con los tour operadores se enfrenta a dos obstáculos, primero los altos precios en comparación con los destinos cercanos (lo cual resta competitividad a Cuernavaca con respecto a destinos cercanos como Pachuca, Puebla y Toluca); en segundo lugar no se respetan los acuerdos en tarifas previamente negociados. En ocasiones esto se debe a un desconocimiento por parte de los empresarios en calcular su punto de equilibrio, además no perciben que el cuarto más caro es el que se queda vacío.

Probablemente, se podría contar con precios más competitivos para ofrecer a los tour operadores sin sacrificar sus beneficios, con el fin de aumentar el porcentaje de ocupación y la estadía promedio. Los hoteleros de Cuernavaca prácticamente no tienen problemas de ocupación para los fines de semana, pero sí requieren aumentar su ocupación entre semana. Para ello se deben diseñar promociones y descuentos a los tour operadores y al cliente final para aumentar su ocupación en esas fechas. Morelos tiene la ventaja de contar con muchos nichos de producto, esto permite ofrecer una oferta de productos y servicios turísticos diversa para la mayoría de las preferencias de los turistas. Por lo anterior, las estrategias de comercialización pueden destinarse a distintos segmentos del mercado.

Las nuevas tecnologías de información permiten que la comercialización de los productos pueda ser más rápida y eficiente a través del Internet, sin embargo, algunos de los empresarios del sector aún no cuentan con los conocimientos necesarios para poder atender este frente de comercialización. Por lo anterior, la Asociación de Hoteles de Morelos y la Secretaría de Turismo del estado han convocado a cursos de capacitación sobre estos temas, los cuales tienen la finalidad de concienciar al empresario sobre la importancia de eficientar la comercialización a través del Internet (un ejemplo de esta es el club de reservaciones).

Uno de los elementos novedosos en la estrategia de mercadotecnia del producto o servicio turístico es la estrategia de comercialización pos venta (servicios posventa), los cuales tienen el objetivo de asegurar la satisfacción del cliente. Asimismo, es una forma de dar valor agregado al producto o servicio turístico y asegurar su fidelidad a la marca, empresa o destino en futuros viajes. El diagnóstico revela que son pocos los empresarios que implementan estrategias de servicios de posventa. Las tecnologías de información permiten que esto sea relativamente fácil y barato, por ejemplo, se toman los datos del

visitante (nombre, fecha de cumpleaños, correo electrónico, dirección, entre otros), con ellos el empresario puede hacer una cartera de clientes, realizar una encuesta de satisfacción al cliente posventa y buscar su pronto regreso.

Identificación de la problemática de la comercialización.

El desarrollo turístico de Cuernavaca ha llegado a una etapa donde enfrenta severos problemas debido a diversos factores, derivados tanto del entorno internacional, nacional, regional y estatal, como de las propias condiciones en las que se desenvuelve la actividad turística en cada uno de sus atractivos y productos turísticos.

En términos generales, el diagnóstico refleja que el turismo doméstico se ha desarrollado sin una planeación sistemática, siendo necesario lograr metas de consolidación de destinos y el desarrollo de productos competitivos.

A nivel internacional y nacional el turismo como actividad, y la promoción de los distintos lugares, han ido avanzando hacia conceptos más elaborados de destinos turísticos, paquetes de servicios organizados en forma integral, sistemas de información y de reservaciones que facilitan la compra de productos sin intermediarios, circuitos turísticos que combinan en forma *creativa* distintos elementos para ofrecer al visitantes opciones competitivas, y estrategias promocionales con mercados objetivos muy bien definidas.

Dadas estas transformaciones, y tomando en cuenta la situación que prevalece en el municipio, deben proponerse una serie de objetivos que permitan poner al día lo que se hace para desarrollar el turismo en Cuernavaca con lo que se está haciendo en el plano nacional en materia de desarrollo y puesta en el mercado de destinos turísticos.

Para lograr un posicionamiento competitivo, se requiere de contar con la participación comprometida de los prestadores de servicios para lograr que Cuernavaca tenga un mayor dinamismo turístico, aprovechada de forma creativa, en cooperación estrecha entre las entidades directamente involucradas en el desarrollo turístico y otras que tienen que ver con el desarrollo urbano, seguridad pública o en la planeación económica y turística.

Las evidencias recolectadas en este diagnóstico nos permiten concluir que el sector turístico ha sido marginado de los beneficios de acciones realizadas en otras esferas de la política del desarrollo que se ha seguido en Morelos. El resultado ha sido, un destino turístico sin equipamiento adecuado, centro urbano que da mala imagen, servicios turísticos desarticulados en forma productiva y en general, condiciones adversas para impulsar la llegada de más turistas o la visita prolongada de turistas con gasto medio más alto.

No se han hecho esfuerzos suficientes coordinados para desarrollar ventajas competitivas como sería una mejor imagen, una percepción más positiva de la seguridad o la eliminación de la suciedad y el descuido de espacios públicos y establecimientos privados. De igual forma, es necesario contrarrestar los efectos negativos que ha tenido la inseguridad en la dinámica turística, mitigar los impactos de las campañas negativas.

El diagnóstico nos permite llegar a conclusiones más precisas sobre acciones que serán necesarias implementar en el corto plazo, a través de un plan para el posicionamiento competitivo de Cuernavaca. Sin duda alguna se podría decir que entre prestadores de servicios y autoridades hay un acuerdo tácito en el sentido de que hay que tomar medidas

que permitan colocar a Cuernavaca como un destino turístico, es decir, un destino atractivo a las corrientes importantes de viajeros que buscan opciones accesibles que sean de calidad y que puedan garantizar la satisfacción de las preferencias de públicos diversos. Para lograr lo anterior, es necesario contar con una buena planeación en la que se tomen en cuenta variables claves que afectan su buen desempeño.

XIII. Identificación y análisis de las TIC's disponibles y utilizadas en el destino.

Marco de referencia.

Las brechas en el desarrollo de las TIC, tanto en un comparativo internacional como en una comparación interna, son evidentes y sustanciales. No existe un solo indicador de desarrollo sectorial en donde el posicionamiento de México esté acorde con su economía y su tamaño.

En el índice internacional más completo (el *Networked Readiness Index*, del World Economic Forum), México ocupa la posición número 76 de 142 países evaluados. Desde que fue publicado por primera vez en 2002, el país ha perdido 38 lugares. Los indicadores básicos de penetración –banda ancha (10% en 2011), telefonía móvil (82%), telefonía fija (17%), computadoras (18%)– son inferiores a países con grados similares de desarrollo. De acuerdo a la OCDE, los precios son superiores a los que deberían ser practicados. Asimismo, en el *e-Government Survey*, que mide el desarrollo de las TIC en el gobierno, México ocupa la posición 51.

Además de esta brecha a nivel internacional, se observan en México importantes brechas internas. En todos los servicios existe una diferencia importante entre la penetración entre el 20% más rico y el 20% más pobre de la población. En telefonía fija, la diferencia en penetración es de 6.2 veces; en telefonía móvil, 3 veces; en televisión de paga, 8.6; en computadoras, 25.8; y en internet, 43.8. Esta diferencia es aún más radical entre zonas urbanas y rurales. Esta situación muestra la situación de desigualdad que prevalece en el país.

Asimismo, existe una brecha de apropiación importante, aún en los deciles con mayores ingresos. Una situación similar se observa tanto en la planta productiva como en el uso por parte de las instituciones gubernamentales. Todas las empresas con más de 250 empleados utilizan las TIC en algún grado; para el resto de la economía, que componen más del 90% de los entes productivos del país, sólo 37% cuentan con una computadora. En el Distrito Federal, todos los ayuntamientos cuentan con servicios en línea; en el estado de Guerrero, este porcentaje disminuye a 5%.

El sector de telecomunicaciones, así como el uso y apropiación de las TIC, aún presenta deficiencias importantes con respecto al tamaño de la economía mexicana. En esta sección se analizan estas deficiencias y se cuantifican las diversas brechas existentes, así como la evolución en penetración, precios y la dinámica de competencia de los servicios de telecomunicaciones para posteriormente proceder a proponer algunas posibles medidas que ayuden a solventar esta situación.

El impacto de las TIC en el bienestar económico y social sólo existe cuando éstas son incorporadas a las actividades cotidianas de las personas y los agentes económicos de un país.

Históricamente, el indicador más utilizado para medir el avance del sector era el “número total de canales de acceso” (OECD, 2001), sin embargo, con el advenimiento de las tecnologías de la información más allá de servicios de voz y datos simples (mensajes de texto), esta medida ya no captura las diferentes dimensiones del impacto. Organizaciones

internacionales, preocupadas con el hecho de contar con mejores mediciones, han desarrollado índices que buscan reflejar mejor el avance del sector y su apropiación por parte de la población. Los dos indicadores más utilizados, publicados anualmente, son el “Índice de Desarrollo de TIC” (ICT Development Index, IDI) de la UIT y el “Networked Readiness Index” (NRI) del World Economic Forum (WEF).

El objetivo del “Índice de Desarrollo TIC” de la UIT es medir y comparar el nivel de penetración y adopción (*level of advancement of the ICT*) de las Tecnologías de la Información en 156 países. Este índice se centra en la evaluación de las tres condiciones que favorecen la penetración de estos servicios: (1) la existencia material de redes capaces de brindar los mismos, así como de equipos de cómputo y otros dispositivos electrónicos, (2) las capacidades de los usuarios para utilizarlas y (3) la intensidad de uso¹⁵. En 2010, México ocupó el lugar 75 a nivel mundial y el 12 de 25 para la región americana, por debajo de Argentina, Uruguay, Chile, Brasil, Venezuela, y Perú, y por arriba de Colombia, Ecuador y Paraguay. La posición relativa de México no ha cambiado en los últimos años: ocupó los lugares 77 y 74 en 2007 y 2008 respectivamente.

El “Networked Readiness Index”, publicado por el WEF, también refleja el rezago de México frente al mundo. Para estimar el desarrollo de las TIC en los países seleccionados se evalúan 10 variables agrupadas en cuatro subíndices: entorno, preparación TIC, utilización TIC e impacto. En la primera categoría se agrupan variables relacionadas con el entorno político y regulatorio y el entorno de negocios para la innovación. La segunda evalúa la infraestructura disponible y los contenidos digitales existentes, así como el grado de preparación de la sociedad para la explotación de las TIC y el grado de accesibilidad a los servicios de telecomunicaciones (precios y tarifas). En la tercera categoría se analizan datos de uso (y sofisticación del uso) de las TIC entre los individuos, las empresas y gobierno, y en la cuarta, los impactos económicos y sociales del uso de las TIC.

La Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) reporta 40.6 millones de usuarios de internet al cierre de 2011, casi el doble que los 20.6 que había al cierre de 2006. Los accesos a internet a través de infraestructura fija fueron de 13 millones, equivalentes a una penetración de 11.4 accesos por cada 100 habitantes y 7.8 millones de accesos a través banda ancha móvil, con una penetración de 7 accesos por cada 100 habitantes (SCT, 2012).

Según datos de la OCDE, de 2005 a la fecha, el número total de suscriptores a banda ancha en México aumentó en 300%. La tasa parece alta pero contrasta con el hecho de que en 2005, entre los países miembros de la Organización (30 en ese momento), México ocupaba el lugar 28 en cuanto al número de suscriptores al servicio de banda ancha por cada 100 habitantes, en 2007 descendió al lugar 30 y último, rebasado por Grecia y Turquía, y continúa en el último lugar de los actuales 34 países miembros.

Habría quienes consideren que aunque México pertenece a la OCDE, no se le puede equiparar con la mayoría de los países que la conforman debido a condiciones heterogéneas de pobreza y marginación. Al compararlo en la penetración de los servicios de banda ancha fija con países latinoamericanos, pero aun así está 10% por debajo del país con mayor penetración.

Al cierre de 2011, en el país se registraron 81.3 suscripciones por cada 100 habitantes, es decir, 92 millones de líneas telefónicas móviles. Se espera que en 2013 lleguemos al

100% de penetración. Sin embargo, si se comparan estos niveles con naciones desarrolladas y países latinoamericanos, México sigue rezagado.

El servicio de telefonía móvil se puede contratar bajo la modalidad de prepago y pospago. El prepago ha mostrado en el tiempo un mayor crecimiento y un mayor volumen total. El 92% de las suscripciones totales están contratadas bajo esta modalidad. Con este servicio, los usuarios pueden dejar de comprar tiempo aire hasta por 60 días y continuar teniendo activa su línea celular. De esta forma, independientemente de las llamadas que el usuario realice y de su duración, existe la posibilidad de recibir un número ilimitado de llamadas sin costo adicional alguno.

Una explicación de la brecha de apropiación de los móviles es el precio del servicio. Según la OCDE, los precios de este servicio han disminuido en años recientes y están más acorde con los de los otros países miembro, sin embargo, aún superan la tarifa promedio de la Organización en todas las canastas que se miden salvo en el prepago de bajo uso y la canasta de 900 llamadas. La canasta móvil de 100 llamadas es especialmente cara (OCDE, 2012).

Asimismo, en México también persiste una brecha en el acceso a computadoras. Para darnos una idea de la posición del país en este rubro, un comparativo básico es la penetración actual de computadoras por hogar, que en México equivale al nivel europeo de hace 16 años (ITU, 2009), y que no se compara favorablemente con otros países en América Latina.

Uno de los principales problemas para el uso de TIC en la educación es la conectividad de las escuelas públicas. Según el documento “Visión México 2020”, elaborado en 2006, en ese momento menos del 7 por ciento de las primarias del país tenían computadoras conectadas a internet. En comparación con otros países, la situación presente es un drástico rezago en el acceso a internet y computadoras para los estudiantes.

En tiempos más recientes ha habido algunos avances en la materia. Sin embargo, es notorio que México carece de datos de alta calidad sobre la penetración y uso de computadoras en las escuelas. El Gobierno Federal no parece contar con ese dato, si lo tiene, no lo hace público. De acuerdo con la encuesta de opinión a ejecutivos del año 2011 del WEF, el acceso a internet en las escuelas aún es limitado.

El uso de las TIC en el manejo y operación de las empresas presenta una dinámica interesante. De acuerdo con datos de la Encuesta sobre Tecnologías de la Información y Comunicación, 95 por ciento de las empresas de más de 20 empleados contaban con una computadora y 91 por ciento tenían acceso a internet. Estas cifras son alentadoras, sin embargo, el uso de estas herramientas entre los trabajadores permanece escaso. Datos de la misma encuesta sostienen que sólo 26 por ciento de los empleados utilizaban una computadora y 17 por ciento usaban el internet. Adicionalmente, sólo 49 por ciento de las empresas contaban con una página de internet y 39 por ciento con un portal de intranet. Las mejoras en productividad que se derivan de las TIC todavía no han podido ser aprovechadas plenamente por las empresas. El uso que se le da al internet en las empresas mexicanas está más bien destinado a transferencias monetarias y de información. En las áreas en las que existe un bajo uso de los recursos cibernéticos es en la capacitación de personal, el reclutamiento y la difusión de las empresas en línea.

En términos de la apropiación de las TIC por parte de las empresas mexicanas en el comparativo internacional, México tiene un bajo desempeño si se compara con los países de la OECD. El problema es el mismo que hemos venido describiendo, México se ha quedado rezagado en la penetración de las telecomunicaciones en la población y las empresas. En 2003 teníamos un porcentaje de penetración de banda ancha en empresas con más de 10 empleados similar al promedio de la Unión Europa. Cinco años después, hay una diferencia entre estos dos de 30 puntos porcentuales y México ha sido rebasado por Italia y Grecia.

El Gobierno Mexicano define gobierno electrónico o gobierno digital como el aprovechamiento de las TIC en la gestión interna de la administración pública para otorgar mejores servicios, producir bienes digitales, facilitar el acceso a la información, fortalecer la rendición de cuentas y la transparencia y reducir la intermediación entre la autoridad y el ciudadano. En este tema, según el reporte “*e-Government Survey*”, publicado por las Naciones Unidas, México estaba en el lugar 35 a nivel global en el 2008 y para 2012 su posición cayó al lugar 51.

El reporte es una evaluación basada en tres pilares. El primero consiste en el análisis de la calidad de los servicios ofrecidos en línea por el gobierno (“Servicios en Línea”), el segundo mide la infraestructura disponible para la población, particularmente la penetración de computadoras y de internet (“Infraestructura en Telecomunicaciones”), y el tercero considera la educación y tasa de alfabetización de la población (“Capital Humano”). Desde esta triple perspectiva es más claro analizar las debilidades y fortalezas de México. En el pilar de “Servicios en Línea”, pieza central del estudio, el gobierno ha perdido posiciones desde el 2008. En los últimos dos años hubo un avance de nueve lugares, sin embargo, no fue suficiente para recuperar la posición obtenida en 2008. Por otra parte ha habido un retroceso consistente en el pilar de “Infraestructura en Telecomunicaciones” y un avance en el pilar de “Capital Humano”.

En lo que respecta al comercio electrónico, México es el segundo país de América Latina que más utiliza este tipo de servicio, aunque muy por debajo de Brasil (Bain & Company, Visa, 2011; Agenda Digital.mx, 2012). En términos de transacciones electrónicas como porcentaje del PIB también se encuentra por debajo de Chile. De acuerdo con el Estudio de Comercio Electrónico 2011 de la AMIPCI22, el 81% de los internautas han comprado alguna vez algo por internet.

Brasil es el país latinoamericano que más transacciones de comercio electrónico realiza. Según el estudio “*Mexico eCommerce Strategy*”, el número de internautas y la penetración de los servicios bancarios son dos explicaciones fundamentales de la brecha en comercio electrónico entre Brasil y México²³. También impacta el miedo a compartir información personal, el miedo a compartir información de la tarjeta de crédito y el miedo a no saber si se va a recibir el producto.

El problema de acceso a las TIC y su apropiación no sólo implica una brecha entre México y el resto del mundo, sino un rezago digital al interior del país, en particular, por diferencias socioeconómicas y demográficas. No existen estadísticas confiables en cuanto a la utilización por nivel de ingresos o localización, sin embargo, una buena medida que permite estimar el tamaño de la brecha es la penetración de los diversos servicios de telecomunicaciones. El INEGI conduce bianualmente una encuesta de ingreso y gasto en los hogares (ENIGH). De ella se deriva que, dividiendo a la población en deciles de ingreso, existen grandes diferencias. La relación de a mayores ingresos, mayor

penetración, apropiación y uso de los servicios de telecomunicaciones es evidente. Lo que es notorio es la diferencia exacerbada que existe entre los diferentes estratos socioeconómicos. El 20% de los hogares con mayores ingresos poseen 37% de las líneas fijas del país, 28% de las líneas móviles, 43% de las suscripciones a televisión de paga, 52% de las computadoras y 57% de las conexiones a internet. En el otro extremo se observa que el 20% más pobre tiene tan sólo 6%, 9%, 5%, 2% y 1.3% de estos servicios, respectivamente.

Es importante resaltar que aun en el decil de mayores ingresos, tanto la posesión de computadora (77.9% de los hogares) como el contar con una conexión a internet (67%) indican una apropiación limitada. Desde la perspectiva de los autores, en este decil los ingresos no son un factor importante para la adquisición de estos bienes y servicios. Esto sólo puede explicarse por la poca utilidad que estos hogares perciben de contar con una computadora conectada a internet.

En términos de distribución geográfica, los 13 millones de accesos de banda ancha fija en México no están distribuidos uniformemente a lo largo y ancho del país. Las redes de telecomunicaciones cubren y son redundantes principalmente en el centro y norte de México con limitada o nula presencia en otras regiones. Mientras que 47% de la población con acceso a internet es atendida por una sola compañía, en la Ciudad de México, donde habita 7.8% de la población nacional, hay por lo menos ocho redes de telecomunicaciones. En las ciudades de Guadalajara, León, Monterrey y Puebla hay entre cinco y seis redes. Por otra parte, una parte de la población rural de bajos ingresos, se estima que el 20%, ni siquiera tiene cobertura de servicios de internet porque simplemente no es un mercado atractivo para las empresas y el gobierno no ha tenido una política de servicio universal que haya promovido la instalación de redes.

De acuerdo al informe *World Internet Project Mexico* (2011) del Tecnológico de Monterrey, el DF y su área metropolitana concentran al 25% del número total de usuarios de internet del país, con una penetración del 56%. En las otras regiones del país, el número de usuarios de internet por cada 100 habitantes ronda entre el 30 y el 40 por ciento.

Esta misma tendencia se observa en la utilización de las TIC en los sectores productivos. Su integración es fundamental para mejorar la calidad y competitividad de las empresas en México. Sin embargo, aún existen brechas en su adopción entre las empresas dependiendo de su tamaño, en particular si son micro y pequeñas. El acceso a computadoras para los empleados en las empresas de más de 250 trabajadores es generalizado; en contraste, con las empresas de menos de 250 empleados, sólo 37% cuenta con computadoras. De 2005 a la fecha, quienes han invertido más drásticamente en el uso generalizado de las TIC entre sus empleados son las empresas de mayor tamaño.

Este argumento se sostiene para el acceso a computadoras y a banda ancha. Las micro y pequeñas empresas, menos de 25 empleados, son las más afectadas por esta situación, sin embargo, tampoco es posible decir que hay una cobertura total del resto de las empresas. Un comparativo internacional evidencia que a mayor tamaño, mayor es el acceso a banda ancha, sin embargo, las empresas medianas mexicanas siguen teniendo menor conectividad que sus contrapartes españolas o coreanas. Aun así es importante notar que el acceso en México es similar al del promedio de la Unión Europea.

La modernización de la administración pública incluye la adopción de las TIC tanto para la mejora de los procesos internos del gobierno como para la prestación de servicios. El acceso de los gobiernos locales a las TIC es de especial importancia ya que son el nivel más cercano a los ciudadanos, y por lo tanto, encargados de brindarles varios trámites y servicios. Según datos de la Encuesta Nacional de Gobierno, Seguridad Pública y Justicia Municipal (ENGSPJM 2009), el 80% de los municipios en México cuenta con acceso a internet. La encuesta también muestra que mientras en entidades federativas como Baja California, Baja California Sur y Aguascalientes todos sus municipios cuentan con acceso a internet, en otros, como Oaxaca y Yucatán, sólo el 44% y 65% de los ayuntamientos, respectivamente, tienen acceso a este servicio.

En México, aproximadamente 60% de los ingresos de la industria de las telecomunicaciones proviene de servicios móviles, lo que convierte a este segmento –voz y datos– en el más grande. A pesar de que cada vez se ofrecen y se contratan más paquetes *triple play*, los servicios de voz generaron aproximadamente 70% de los ingresos de la industria, mientras que los datos 20% y los de video 10%. En total fueron equivalentes a 27 mil millones de dólares en 2011 (OCDE, 2012).

Como en otras partes del mundo, en México se vive cada vez más intensamente la unificación de la oferta de los servicios de voz, datos y video. Esta tendencia ha traído un clima de mayor competencia así como un nuevo equilibrio de fuerzas de las empresas del sector telecomunicaciones. En tiempos recientes se ha reducido la participación de Telmex como operador dominante en los servicios de telefonía fija y banda ancha, aunque su participación de mercado con respecto al segundo aún es amplia. A su vez, ha surgido un nuevo grupo de telecomunicaciones, Televisa, que hasta el momento es líder en los segmentos de la televisión de paga y de los contenidos televisivos.

A pesar de que prácticamente todas las medidas han mostrado tendencias de crecimiento en los últimos años, y se puede observar que el uso de las TIC cada vez está más presente en las actividades cotidianas de las personas, empresas y gobierno, México aún no está aprovechándolos al nivel que podría. En todos los comparativos internacionales, el país se encuentra en desventaja relativa. Partiendo del supuesto que la vasta literatura sobre el impacto de las TIC en la economía está correcta, México está desaprovechando una oportunidad de aumentar su productividad, su bienestar social y el aceleramiento de la disminución de las diversas brechas sociales que existen.

Estamos convencidos que una parte importante de la solución radica en cambios institucionales que den certidumbre jurídica a las diferentes empresas que actúan en ecosistema de las TIC. En este rubro, para el sector de las telecomunicaciones, entran acciones tales como la eliminación de la doble ventanilla, autonomía presupuestaria del órgano regulador de telecomunicaciones, procesos más transparentes, simplificación de trámites y requisitos, y un proceso de aplicación de sanciones más expedito. Esto deberá traducirse en mayor inversión, mayor competencia y el traslado de eficiencias a los consumidores.

La estrategia de gobierno electrónico del Municipio de Cuernavaca es muy amplia y diversa. Además de ofrecer trámites y servicios gubernamentales, elaboración de declaraciones patrimoniales y pago de impuestos en línea, ha empleado diferentes recursos electrónicos para acercar herramientas a la población.

La medición más seria que existe a nivel estatal de los esfuerzos del gobierno electrónico es el “Índice de Gobierno Electrónico Estatal” (IGEE), que desde 2006 analiza la utilidad de los portales de los gobiernos estatales para con los ciudadanos.

El componente de “Información” mide el despliegue de información relevante sobre asuntos de la administración pública como anuncios, noticias, trámites, eventos, estadísticas, transmisión de videos en línea del poder ejecutivo, mapa del sitio e información de las dependencias. El componente de “Interacción” evalúa la comunicación que se pueda tener con el *webmaster* y funcionarios del gobierno estatal mediante ligas, chats, etcétera. En el componente de “Transacción” se evalúa si se pueden llevar a cabo pagos en línea, la “Integración” hace referencia a la capacidad de los portales de presentarse como una ventanilla única de atención al ciudadano haciendo transparente qué agencia o agencias están a cargo de la entrega de servicios o información, y la “Participación” analiza si los portales de gobierno ofrecen al ciudadano la habilidad de socializar, entre el gobierno y el ciudadano, entre dependencias, y entre ciudadanos.

El componente transaccional busca medir la posibilidad del pago de servicios y trámites en línea que puede realizar el ciudadano en los portales estatales. En específico se revisan los siguientes componentes: solicitud de cita y pago de licencia de manejo, pago de multas mediante el portal, pago de impuesto sobre nómina, pago de impuesto al turismo y obtención de comprobante, la obtención de actas de nacimiento mediante la página web del estado y si se cuenta o no con el servicio de licitaciones por internet.

Según el estudio, aunque varios estados cuentan con la funcionalidad de realizar transacciones rápidamente y de forma segura, en la mayor parte de los casos no es posible efectuar las transacciones evaluadas. Este componente tiene uno de los promedios más bajos (37.29) y las diferencias más altas entre los estados (45 puntos).

A nivel municipal, según datos de la Encuesta Nacional de Gobierno, Seguridad Pública y Justicia Municipal (ENGSPJM 2009), menos del 10% de los municipios del país cuentan con portales (o páginas web) con la posibilidad de realizar algún tipo de transacción en línea.

Además, existe también evidencia para creer que los pocos municipios que cuentan con un sitio web, de manera específica Cuernavaca, no lo aprovechan para facilitar el acceso a la información pública a la ciudadanía. El Reporte de Transparencia Municipal 2012 realizado por el IMCO, buscaba entre otras cosas, evaluar el uso que 18 de los 25 más importantes municipios del país le daban a sus portales de transparencia. Una de las premisas del estudio era que estos 18 municipios reunían características que favorecían una cultura de transparencia (recursos mayores al promedio de los municipios del país, una población con mayor acceso a internet que el promedio nacional). Esto implica que si en esos municipios se veían limitaciones, era probable que en el resto del país ocurriera lo mismo.

El estudio evidencia el uso inadecuado e insuficiente que se le da a los portales municipales, en particular el de transparencia. Por una lado existe poca infraestructura disponible para mantenerlos, por otro lado la mayoría de los portales son de difícil navegación y tienen escasa información disponible sobre la gestión gubernamental. Del total de información que el estudio considero necesaria para identificar claramente las características de la gestión de un gobierno, en promedio sólo se publica el 65 por ciento. Uno de los grandes problemas que se reconocen es la ausencia de una política de

transparencia que haga uso de las herramientas tecnológicas disponibles para mostrar una mayor apertura hacia la ciudadanía.

Análisis del uso de las TIC's para promocionar el destino de Cuernavaca.

Como tarea fundamental el Municipio de Cuernavaca ha implementado herramientas de promoción digital al servicio de la ciudadanía y de turistas nacionales, que permitan poner en valor la oferta turística del municipio, a través de la integración y articulación de sus atractivos, servicios y actividades turísticas, en coordinación con los prestadores de servicios turísticos.

En el municipio de Cuernavaca existen atractivos, sitios de interés y servicios turísticos que ya se encuentran posicionados en las preferencias del turista nacional e internacional, existen otros con las mismas condiciones de calidad y capacitación para la atención de los mismos que merecen ser aprovechados como complemento o valor agregado de los destinos, ofreciendo a los turistas diversidad de atractivos.

No obstante a lo anterior, es indispensable continuar diseñando y desarrollando herramientas tecnológicas y materiales promocionales digitales e interactivos que permita orientar y conocer la amplia gama de los atractivos, servicios, actividades, corredores, circuitos y rutas turísticos de municipio.

Actualmente, el municipio carece de tecnologías de información y comunicación para promocionar el destino de Cuernavaca. Asimismo, carece de material promocional digital e interactivo que difunda y promueva los atractivos, servicios y productos turísticos prioritarios del destino.

Aunque cuenta con un portal de internet, requiere de crear instrumentos tecnológicos habilitados en dicha página que permita navegar lugares de interés turístico dirigido a la ciudadanía y visitantes nacionales e internacionales, a través de información georreferenciada, con el propósito de aumentar la afluencia de turistas nacionales e internacionales, derrama económica, estadía y por ende el gasto promedio.

Las tecnologías de la información y las comunicaciones han facilitado y, a la vez, han forzado el cambio del modelo de producción y comercio. En el sector turístico, la innovación tecnológica constituye un elemento clave para la comprensión y el diseño de estrategias de comportamiento. El uso de las nuevas tecnologías tiene un efecto positivo sobre la eficiencia media del sector al presionar, y facilitar, a las empresas menos productivas la reducción su desventaja competitiva mediante la introducción de las innovaciones. Pero a la vez puede expulsar del mercado a las empresas que no sean capaces de asimilar la nueva situación tecnológica.

Los usuarios/clientes (turistas) buscan turismo personalizado, conocer las culturas autóctonas y por este motivo planifican y compran productos/ servicios turísticos a través de la Red.

Pero el mercado turístico en Cuernavaca se resiste a ser reinventado. Los proveedores e intermediarios siguen ofertando “de manera tradicional”, repitiendo el modelo establecido, dependiendo, en general, de la promoción realizada por los destinos y las oportunidades que captan los operadores.

Por tanto el Municipio de Cuernavaca deberá de estar atentos a:

- Los cambios de los comportamientos y exigencias de los clientes,
- La nueva economía turística y las estrategias de los operadores,
- El formato de los productos y servicios existentes y la creación de los productos de mañana,
- La difusión de las nuevas tecnologías y sus aplicaciones comerciales
- La “innovación” como nuevo elemento que debe formar parte de la “rutina habitual”
- Nuevos clientes, nuevas exigencias: confort, calidad, seguridad, nuevos productos y servicios, nuevos modos de información y de distribución ...
- Los cambios afectarán a todos: agencias de viajes, distribuidores, hoteleros, restauradores, transportistas, actividades de ocio...
- Y a todas las empresas cualquiera que sea su tamaño.

Las ventajas de Internet para la promoción turística para el Destino de Cuernavaca:

- Mensaje y producto más adaptados. Internet permite dirigir los mensajes de un emisor a un solo receptor o a muchos, personalizándolo. El emisor, por su parte, adquiere información del receptor que visita su sitio-web. La Red puede proporcionar información valiosa sobre la demanda y la competencia. Resultado: un particular estudio de mercados. Se puede adaptar, tanto el esfuerzo de comercialización, como el propio producto/servicio a los intereses particulares de consumidores diversos.
- Participación activa del cliente (Interactividad). Es una característica básica de Internet: al navegar, se recopila la información que se desea y en el orden que se prefiere. La mensajería, por su parte, posibilita una comunicación directa y una solicitud/respuesta de la información complementaria que no se haya podido conseguir. Así el cliente, el turista, es un participante activo y dispone de mayor control sobre la información e incluso sobre el proceso de compra.
- Información flexible y dinámica. Las páginas de un sitio web, pueden considerarse un folleto. Un anuncio electrónico, pero mucho más versátil. Si la información que muestran está basada en un sistema de información, la actualización de éste produce la modificación inmediata de los contenidos de las páginas. Además, la automatización de los procesos permite ampliar o modificar el sistema de información. sin demasiado esfuerzo. Esto permite mantener permanentemente informados a los consumidores y da frescura a la oferta.
- Acceso global en tiempo y espacio. La mayor ventaja que tiene Internet frente a otros medios de comunicación es la exposición permanente y la capacidad de alcanzar de manera global los mercados. Con un sitio eficaz, una empresa permanece en el negocio 24 horas al día 365 días al año: cualquier internauta puede acceder a la información en cualquier momento.
- Mejora del servicio. Internet permite mejorar el servicio en todas las etapas de interacción con el cliente: preventa, venta y postventa. El cliente accede a un amplio número de opciones de servicios y productos. Puede reservar, e incluso pagar, de forma rápida. Dispone de información complementaria general o particularizada. Permite mantener un contacto posterior fluido, por iniciativa de la empresa solicitado por el cliente. Como resultado de esta interacción las posibilidades de fidelización aumentan.

Identificación de problemas de las TIC's

La problemática del Destino Turístico de Cuernavaca radica en que no cuenta con mayores niveles de Tecnologías de Información y Comunicación en materia de turismo, por lo tanto, su crecimiento es lento y despacioso.

Al tener bajo usos de TIC's, el Municipio de Cuernavaca no permite introducir innovaciones, lo que con lleva una ineficiencia en las interacciones entre los agentes turísticos implicados en la promoción y comercialización turística del destino.

Las ventajas del uso de las TIC's en el Destino de Cuernavaca es muy importante porque con esto ayudan y dan una mejor comodidad y rapidez para poder utilizar y disfrutar de los productos turísticos, que son ofrecidos en el mercado. Al igual que da mayores facilidades para obtener de una forma más rápida la información, menores riegos y menores costos. Con esto podrá dar un mayor avance en la tecnología la cual día tras día van a la vanguardia, la cual las empresas turísticas tienen que estar de la mano con la misma para poder ser más productivas.

El Destino Turístico de Cuernavaca tiene en internet un aliado para conseguir llegar a los demandantes del producto que cada uno de ellos oferta.

Por ello, es importante señalar que:

- Tener un “sitio en la Red” es condición necesaria para la promoción del producto turístico pero no es suficiente.
- Debe ser un sitio acorde con la calidad del producto ofertado, no se debe improvisar. Pero sí se puede partir de una presencia mínima e ir creciendo.
- Su definición y puesta en marcha debe ser multidisciplinar: programación, diseño, marketing, publicidad, **turismo**. Se deben integrar servicios: web, correo, boletines de noticias ... para ser conocido y conocer a los clientes. Y hay que dotarlo de recursos, humanos y económicos, como al resto de los canales tradicionales de comercialización
- Debe ser tanto atractivo como fiable. La veracidad y actualización de sus contenidos es fundamental.
- La particularidad no está reñida con la cooperación. Estar junto a y enlazado con la “competencia” beneficia a todos.
- Internet, no es una moda que hay que seguir, es un nuevo canal de promoción, comercialización y distribución que ha llegado para quedarse, crecer y, probablemente, cambiar.
- El sector turístico puede ver en la Sociedad de la Información un rayo de luz para su transformación y promover un turismo más sostenible.

- Por su parte, la Sociedad de la Información podría promover, ella misma, un turismo más sostenible, más consciente, gracias a la información y el conocimiento compartido por los usuarios.

CAPITULO II. FODA GENERAL

Fortalezas

- Excelentes condiciones climáticas.
- Tranquilidad y posibilidades de descanso.
- Buena accesibilidad al destino desde otros municipios del Estado y desde el Estado de México.
- Elevado índice de población ocupada.
- Tasa de crecimiento de los salarios superior al resto del Estado.
- Gran dinamismo de la actividad Industrial por presencia de Ciudad Industrial del Valle de Cuernavaca (CIVAC).
- Gran arraigo e importancia del sector turístico dentro de la economía de Cuernavaca.
- Presencia de recursos turísticos atractivos en el radio de distancia de una hora.
- Existencia de un conjunto de recursos de gran interés.
- Iniciativa pública y gubernamental para el desarrollo turístico de Cuernavaca.
- Importante oferta museística
- Alto grado de conocimiento del destino y fidelidad al mismo.
- La oferta de alojamiento cuenta con hoteles de arquitectura singular y buenos niveles de calidad.
- No se producen problemas de integración social por parte de los visitantes.

Oportunidades

- Proyectos de mejora de la infraestructura vial y aeroportuaria: autopista del siglo XXI y ampliación del aeropuerto de Cuernavaca.
- Proximidad a un gran mercado emisor de turistas como es la Ciudad de México.
- Mercado cautivo procedente de viviendas de segunda residencia.
- Proliferación de haciendas especialmente aptas para usos turísticos.
- Gastronomía rica y variada susceptible de mayor puesta en mercado.
- Ampliación del número de vuelos tanto de origen nacional como internacional.
- Buena predisposición de los empresarios y empleados para mejorar su cualificación en el sector.
- Grandes posibilidades de creación de productos estructurados en base a rutas específicas: la Ruta de los Conventos, la ruta de Zapata.
- Creación de paquetes de oferta integrada entorno a productos novedosos: golf, salud, idiomas, alternativo, etc.
- Idoneidad de Cuernavaca como punto de partida para ofertar otros productos de interés y recorridos.
- Carácter repetitivo de los viajes de descanso desde la Ciudad de México.
- Presencia de programa turísticos a nivel de la SECTUR Federal en los que Cuernavaca podría participar (México Limpio y Querido, Distintivo H, etc.).
- Integración de la oferta de Cuernavaca con el resto de atractivos del Estado de Morelos.
- Mejora de los soportes promocionales y creación de nuevos específicos de Cuernavaca.
- Mayor interpretación de los recursos que permita mejorar la integración del turista con el destino.
- Estrés imperante en la gran urbe y principal mercado emisor, que es México.

- Cuenta con pueblos y barrios históricos con atractivos susceptibles de mayor aprovechamiento turístico.
- Sinergias comunicativas y promocionales con el Estado de Morelos y con el programa Corazón de México.
- Incremento del número de eventos y difusión de los mismos.
- Posibilidad de creación de productos integrados de recursos, oferta y servicios con sede en la ciudad de Cuernavaca.
- Captación de nuevos segmentos de mercado de origen internacional (especialmente por proximidad, de Estados Unidos).
- Mayor promoción de las artesanías del lugar y ordenación de la actividad comercial en espacios acondicionados para ello.
- Cooperación empresarial y realización de proyectos comunes,
- Importante oferta de escuelas y universidades para el aprendizaje del español.
- Programas de apoyo y asesoría por parte de dependencias y entidades del gobierno federal y estatal.

Debilidades

- Abandono de la actividad agrícola y utilización del suelo para su uso a modo de áreas vacacionales.
- Carencia de recursos básicos con gran poder de atracción.
- Inexistencia de una oferta de productos turísticos correctamente estructurados.
- Insuficientes esfuerzos en materia de promoción y difusión del destino.
- Ausencia de una política de ordenación y regulación de aspectos que afectan a la imagen urbana (comercio ambulante, luminosos, carteles, estado de las fachadas, etc.).
- Insuficiente servicio de limpieza en la ciudad y falta de sensibilización pública en esta materia.
- Crecimiento urbano desordenado y ausencia de un núcleo urbano coherente y planificado.
- Congestión vial y tráfico por las calles del centro urbano.
- Imagen urbana afectada por problemas de contaminación acústica y visual (cableado, toldos, luminosos, etc.).
- Escasez de espacios libres en la ciudad para pasear y disfrutar de la ciudad.
- Falta de adecuación de algunos recursos para su uso turístico.
- Desconocimiento de la población local acerca de la actividad y recursos turísticos de su ciudad.
- Nivel de gasto medio de la demanda, reducido.
- Estancia reducida y concentrada especialmente durante los fines de semana.
- Poca motivación y falta de iniciativa del sector empresarial.
- Falta de profesionalidad en el sector de alojamiento y restaurantes.
- Ausencia de una marca turística propia.
- Imagen poco homogénea del mobiliario y carencias en materia de señalización direccional y posicional de los recursos turísticos.
- Inexistencia de material promocional propio atractivo y eficaz (guía de la ciudad).
- Ineficiencias estéticas en los escasos soportes promocionales.
- Reducidos esfuerzos promocionales por parte de la corporación local.
- Limitada oferta de servicios.

- Poca representación de asociaciones empresariales y escaso dinamismo en materia turística.

Amenazas

- Consolidación de Cuernavaca como lugar de visitas de día o “excursionismo”.
- Mayor atractivo del resto de la oferta cultural de México y de otros destinos turísticos.
- Deterioro de los recursos por falta de la bores de acondicionamiento y rehabilitación.
- Fuerte desequilibrio entre las épocas de menor y mayor ocupación residencial.
- Presencia de residuos y falta de limpieza.
- No concienciación turística de la población y buena acogida al turista.
- Presencia de focos de contaminación visual por la actividad comercial en las calles del centro.
- Escasez de suelo para la creación de nuevos proyectos o para la ampliación de la oferta turística.
- Persistencia de la situación de tráfico vehicular.
- Presencia de ofertas más atractivas y novedosas en otros destinos y especialmente en la Ciudad de México,
- Problemas de drenaje y contaminación medioambiental,
- Imagen de Cuernavaca como destino inseguro en el que se han producido actos de delincuencia.
- Utilización de las residencias como fórmula de alojamiento y bajo nivel de consumo en el destino.
- Excesiva dependencia y concentración de un mercado concreto (México).
- Marcada estacionalidad que implica infrautilización de recursos e infraestructuras.

CAPITULO III. Los nueve factores de Competitividad.

1. FODA de Oferta Turística

Fortalezas

- Ubicación geográfica
- Accesibilidad carretera
- Clima
- Oferta accesible a todo tipo de presupuesto y preferencias
- Especialización en Turismo Idiomático
- Excelentes instalaciones en Spas y Medicina Tradicional
- Más de 44 centros de investigación (Turismo Científico)
- Atractivos emblemáticos en materia de turismo cultural
- Cuenta con excelentes hoteles boutique para atender el turismo premium
- Cuenta con excelentes campos de golf
- Ofrece haciendas convertidas en hoteles
- Cuenta con numerosos jardines para el segmento de bodas
- Voluntad política
- Amplia oferta de sitios o locaciones para la industria cinematográfica y de televisión
- Destino de turismo inmobiliario

Oportunidades

- Generar políticas de orientación hacia el sector turístico, marcando tendencias para enfocar los esfuerzos en las inversiones y actividades necesarias para lograr el perfil deseado.
- Contar con sistema de información turística municipal
- Capitalizar la oferta instalada de los centros de investigación
- Centro de Convenciones Morelos (WTC Morelos) abre una nueva área de oportunidades para el turismo de negocios.
- La ampliación, mejora e internacionalización del aeropuerto Mariano Matamoros, abre una excelente oportunidad para la captación de turismo, tanto extranjero como nacional desde mercados cuya distancia hace imprescindible el viaje por avión (Guadalajara y Monterrey)
- La posible eliminación de algunas casetas interiores aumentaría notablemente la demanda
- Crear vínculos de comunicación entre prestadores de servicios con el fin de hacer sinergia, mediante la creación de un mecanismo que permita la intercomunicación entre prestadores de servicios, consumidores y la oferta turística
- La promoción y difusión de las actividades culturales y recreativas podrá ser detonador para que los visitantes a casas de fin de semana salgan de ellas y generen derrama económica
- Proporcionar oportunamente y de manera confiable la información necesaria y creando bases de datos e información estadística sistematizada, podremos medir resultados y tomar medidas oportunas para planear y dirigir con precisión la promoción del destino

- Los programas de los touroperadores están vigentes todo el año sin considerar los eventos especiales del Estado como fiestas y festejos tradicionales, festejos religiosos, etc.
- Capitalizar la cercanía con el mercado emisor, más importante de la República Mexicana

Debilidades

- La oferta de productos y servicios se distribuye de manera desigual
- Oferta de productos y servicios turísticos precarios.
- Falta diseño y armado de nuevos productos turísticos
- Altas cuotas de peaje, tanto en el acceso a Cuernavaca, como en los tramos interiores
- Falta de señalización
- Demanda concentrada en fin de semana
- Bajo nivel de visitantes extranjeros
- Falta de servicios al turista
- Falta de información in situ sobre la gran variedad de actividades que existen en Cuernavaca
- Falta de capacitación en algunos establecimientos para la atención al turista
- En general no hay estandarización en la calidad de los servicios, excepto en Tesoros de Morelos
- Conexiones aéreas muy limitadas
- Falta de interacción y comunicación entre prestadores de servicios turísticos
- Falta de información turística sistematizada
- Escasa oferta de producto y promoción del destino

Amenazas

- No se generará aumentos en la afluencia de visitantes
- No se incrementará en la derrama económica
- No se generará empleos directos e indirectos
- Baja captación de divisas
- Baja ocupación hotelera

2. FODA de Democratización de la productividad turística

Fortalezas

- Voluntad política
- Corresponsabilidad en la reasignación de recursos federales, estatales y municipales en materia de turismo

Oportunidades

- Implementar una agenda efectiva para elevar y democratizar la productividad turística
- Fortalecer el proceso de diseño, instrumentación y evaluación de las políticas públicas para orientarlas a elevar y democratizar la productividad.

Debilidades

- Acceso limitado al financiamiento turístico
- Inadecuada capacitación turística
- Obstáculos al crecimiento y el escalamiento productivo de las PYMES Turísticas
- Inseguridad
- Carencia en la infraestructura y equipamiento de apoyo al turismo
- Falta de un plan de desarrollo urbano turístico municipal

Amenazas

- Incremento en las debilidades en el ambiente de negocios y de inversión turística
- Uso y asignación ineficiente de los factores de la producción en materia de turismo
- Inhibir la productividad de las personas y al interior de las empresas turísticas

3. FODA de Sustentabilidad Turística.

Fortalezas

- Fortaleza histórica y cultural de Cuernavaca
- Cuernavaca cuenta con un Plan Estratégico de Desarrollo Sustentable
- Barrancas
- Bosque al norte de la Ciudad de Cuernavaca
- Reserva de la Biosfera al Norte de la ciudad
- Atributos del paisaje construido en una topografía singular
- Atención de la flora y fauna existente.
- Programa de actividades enfocado al desarrollo sustentable del Municipio.
- Estudios de factibilidad de áreas protegidas.
- El Observatorio Urbano de Cuernavaca cuenta con información cartográfica y territorial de estudios y programas, que permiten promover acciones y obras de desarrollo urbano, ordenamiento ecológico y regularización de la tenencia de la tierra a corto plazo.

Oportunidades

- Analizar alternativas para la explotación de las barrancas.
- Relevar y definir las áreas protegidas de mayor riesgo y hacer propuestas al poder legislativo para la conservación de las mismas.
- Implementar un sistema de tratamiento y reciclaje de residuos sólidos y líquidos, adecuando la recolección de acuerdo al movimiento turístico de la ciudad.
- Ampliar y Aplicar la legislación existente en cuanto a contaminación visual.
- Dar una respuesta inmediata al uso del suelo en zona serrana, mediante una regulación adecuada.
- Las barrancas como generadora de beneficios, naturales (recuperación de la biodiversidad), y de interacción social (recreación, deporte, turismo)
- Prioridad de inversión de los tres poderes gubernamentales (Nación, Estado y Municipio), para la recuperación de la cuenca del Río Apatlaco
- Capacidad acuífera en cantidad y calidad (bajo costo de potabilización), y de fácil distribución con sistemas adecuados a la topografía de la ciudad
- Proyectos alternativos sustentables en el manejo de la basura (separación en origen, reciclaje), para toda la región metropolitana, que asegure rentabilidad sustentable
- Alternativas diversas de integración de un sistema de áreas verdes urbanas, conectadas a través del espacio disponible de la traza del ferrocarril, hoy en desuso
- Recuperar y poner en valor los atributos del paisaje construido en una topografía singular (alineación de fachadas, alturas, patios verdes interiores, forestación, etc)
- Ciudad con atributos naturales y contruidos, a recuperar y preservar para su postulación a declaratoria internacional de "Reserva de Biosfera Urbana"
- La pendiente y orientación norte-sur, facilita la renovación del aire y mejor clima, y el aprovechamiento del sol para implementar la energía solar en las edificaciones.
- El ordenamiento vehicular, un adecuado transporte público de pasajeros, y la creación de áreas verdes urbanas, contribuirán a una ciudad más limpia y sin ruidos.
- Promover normativas que fomenten el uso de materiales y tecnologías alternativas, de un hábitat sustentable

- Recrear y conectar “los mil lugares escénicos” para toda Cuernavaca
- Desarrollo de la nueva cultura y justicia ambiental.
- Cuernavaca limpia: “lo del agua al agua”, “lo de la tierra a la tierra”, y a reciclar lo demás
- Incorporación de sociedad legalmente organizada para desarrollar políticas públicas hacia el desarrollo sustentable
- La academia se convierte en agente importante para impulsar el desarrollo sustentable de Cuernavaca
- Cuernavaca: Ciudad Metropolitana
- Crear polos de atracción cultural, económica y recreativa que de identidad a la ciudad
- Defender la colectividad del ejido y su vocación rural.
- Gestionar recursos financieros de otros órdenes de gobierno para la ejecución y cumplimiento de los programas y proyectos de desarrollo sustentable.
- Aplicar propuestas innovadoras, sustentadas en la investigación científica para la solución a problemas reales en materia de ordenamiento territorial y desarrollo sustentable.
- Salvaguardar el entorno natural para beneficio de la ciudadanía.
- Crear una verdadera cultura ambiental en el municipio de Cuernavaca.
- Conocimiento de la problemática y alternativas de solución sobre la conservación de bosques y barrancas.
- Programas federales vigentes que pueden financiar recursos a las áreas naturales protegidas.
- Inducir el desarrollo socioeconómico de las comunidades propietarias y poseedoras de las tierras, de tal manera que sea mejorada su calidad de vida con base en el uso sustentable de los recursos naturales.
- Promover el desarrollo de las actividades de investigación científica y el monitoreo de la biodiversidad y los recursos naturales, a fin de conocer su dinámica, de tal manera que puedan ser manejados adecuadamente.
- Promover la participación social entre visitantes y habitantes aledaños a los proyectos de conservación y protección que se desarrollen.
- Promover un programa integral de educación ambiental en el manejo de residuos sólidos.
- Reducir los niveles de basura y contaminación.
- Aplicar propuestas innovadoras, sustentadas en la investigación científica, para la solución de problemas reales en materia de desarrollo urbano y ambiental, y la comprobación de su efectividad de beneficios a ambos.

Debilidades

- Dificultad de concertación y descoordinación entre los diferentes niveles y sectores del gobierno. Acciones diferenciadas según grupos sociales
- Falta de aprovechamiento de los recursos intelectuales existentes en los centros de investigación de las universidades
- Falta de seguridad, y aumento de los actos delictivos
- Crisis en el sistema de derechos de tenencia y uso de la tierra, que produce además dificultades de convivencia
- Pérdida de identidad urbana: de ciudad pequeña con vocación de descanso y esparcimiento a ciudad caótica e insustentable

- Prácticas ilegales de regularización de la tierra sin fiscalizar, e incumplimientos de normativas de uso del suelo y construcción, que fija la Carta Urbana
- Concentración de servicios y equipamientos que sirven a toda la región, localizados en zonas centrales, generando congestionamientos agravados por la topografía.
- Falta de educación cívico-política y respeto a la legalidad, consecuentemente ausencia de la participación como acción comunitaria
- Sociedad fragmentada, con población flotante excesiva, que pondera lo privado, en desmedro del espacio público, como ámbito de interacción social
- Traza urbana discontinua en una difícil orografía, sin infraestructura vial, servicios y equipamientos adecuados, agravada por falta de previsión del crecimiento urbano
- Falta de generación, organización, acceso y divulgación de la información referida a las políticas públicas y privadas previstas para la ciudad
- Carencia de un sistema productivo articulado y sustentable que genere riqueza y su distribución equitativa, que evite y/o disminuya la exclusión social.
- Insuficiencia de material, presupuesto de egresos, equipo y personal necesario para tener autonomía en la actualización permanente de los instrumentos de planeación y operación del desarrollo sustentable.
- Desconocimiento sobre el tema desarrollo sustentable por parte de la ciudadanía; desinformación, información errónea, falta de integración de algunas instituciones públicas, privadas y civiles en las distintas tareas de conservación.
- Falta de información sobre las áreas naturales protegidas.
- Construcción de vivienda desordenada, obstaculización de cauces naturales, cambios de uso de suelo, erosión del suelo, contaminación de escurrimientos superficiales domésticos, contaminación de escurrimientos de lixiviados del basurero municipal.
- Contaminación en mantos acuíferos y residuos sólidos, lixiviados; indefinición jurídica para su protección.
- Falta de ordenamiento de la cuenca, crecimiento acelerado.
- La reglamentación vigente no incluye los objetivos mínimos de sustentabilidad.
- Reglamentación no actualizada en materia de construcción y de fraccionamientos, condominios y conjuntos urbanos.

Amenazas

- Degradación de las “barrancas” por asentamientos indiscriminados, desagües domiciliarios sin tratamiento, basura y falta de accesibilidad para limpieza
- Deterioro y pérdida de servicios ambientales (agua, aire, clima), de los bosques altos de la zona norte, por asentamientos habitacionales y talas indiscriminadas.
- Manejo inadecuado de los residuos, tanto domiciliarios como de la poda de jardines públicos y privados.
- El mantenimiento de la excesiva vegetación exótica en la ciudad, requiere un alto consumo de agua potable
- Redes de infraestructura obsoletas, que producen pérdidas de rendimiento, y aplicación de modelos y sistemas importados, inadecuados para nuestra topografía.
- Deterioro de la imagen urbana, por redes de cables aéreos y cartelera de publicidad
- Falta de áreas verdes de uso público en la trama urbana, en contraposición a cierta "imagen verde" por la abundante vegetación de las áreas privadas
- La trama urbana en contraposición con la topografía de pronunciados desniveles genera serios inconvenientes de conectividad vehicular y peatonal

- Incremento de la contaminación del aire (industrias, tránsito automotor, quema de basura) y ruidos (tránsito automotor, publicidad callejera)
- Diseño y materiales inadecuados en las nuevas construcciones, y carencia de uso de energías alternativas
- Inadecuada reglamentación y normas de construcción que promuevan y/o exijan el hábitat sustentable.
- Incompatibilidad entre la ley agraria y las leyes de medio ambiente y ordenamiento territorial y urbano que propician el fomento de la irregularidad en el proceso de regulación del suelo a cargo del Gobierno Municipal.
- No poder cubrir las áreas necesarias con el personal adecuado.
- Incendios forestales intencionados.
- Indiferencia de la población ante la problemática ambiental.

4. FODA de Formación y certificación

Fortalezas

- Experiencia de los recursos humanos
- Procesos técnicos y administrativos para alcanzar los objetivos de la organización
- Características especiales del producto que se oferta
- Cualidades del servicio que se considera de alto nivel
- Centros educativos de calidad para la formación de recursos humanos

Oportunidades

- Municipio de Cuernavaca como organismo intermedio para gestionar y concertar recursos federales
- Realizar Campañas de concientización y capacitación sobre aspectos Turísticos y Ambientales en todos los niveles de la sociedad, en conjunto con la Secretaría de Turismo Federa, la Secretaría de Turismo Estatal y especialmente las escuelas.
- Proponer acciones participativas, que promuevan la identidad y generen conciencia en la población sobre la importancia de planificar responsablemente el destino turístico de Cuernavaca.
- Creación de nuevos empleos
- Mercado mal atendido
- Necesidad del producto
- Fuerte poder adquisitivo

Debilidades

- Falta de capacitación para ofertar productos
- Falta de recursos económicos
- Falta de concientización, educación y capacitación turística y ambiental
- Escasos recursos federales y estatales para atender las demandas y requerimientos en materia de capacitación de Cuernavaca
- Escasa certificación de los prestadores de servicios turísticos y guías locales y especializados
- Capital de trabajo mal utilizado
- Deficientes habilidades gerenciales
- Segmento del mercado contraído
- Problemas con la calidad
- Falta de capacitación turística

Amenazas

- Competencia muy agresiva

- Tendencias desfavorables en el mercado



5. FODA de Accesibilidad e Infraestructura

Fortalezas

- Ubicación geográfica
- Existe una diversificada cartera de atractivos naturales, culturales y eventos programados los que se traducen en un importante patrimonio y posibilitan el desarrollo turístico.
- Posee equipamiento turístico tanto hotelero como de servicios complementarios.
- Existen actores comprometidos con el desarrollo del turismo.
- Se promueve la estandarización de los servicios y la calidad de los mismos.
- Cuenta con una infraestructura turística de calidad.
- Existe varias asociaciones y cámaras público y privado dentro del Destino.
- Existencia de un sistema de barrancas como atractivo turístico único en el país.
- Posee una oferta hotelera de alta categoría y de calidad muy diversificada.
- Posee una infraestructura y equipamiento para la realización de turismo de reuniones y el segmento de bodas.

Oportunidades

- Elaborar un Plan de Desarrollo Urbano Turístico Municipal, instrumentos de planeación turística que permitan la dotación de infraestructura y equipamiento en apoyo al turismo
- Proyectos de infraestructura y equipamiento en apoyo al turismo que ayudaran a una mejor imagen del Destino.

Debilidades

- No existe señalización para todos los atractivos.
- La información del destino no se encuentra actualizada
- No existen productos turísticos innovadores.
- Faltan más profesionales del sector turismo vinculados en el área.
- Carencias de normativas medio ambientales aplicables al área turística
- Deficiencia en el ordenamiento y zonificación urbana.
- No posee una imagen turística definida para el Destino

Amenazas

- Deterioro de la imagen urbana del Centro Histórico
- Marcada estacionalidad
- Baja legislación medio ambiental.
- Fuerte competencia en promoción de Destinos nacionales.
- Amenazas de carácter natural.

6. FODA de Seguridad Patrimonial y Física

Fortalezas

- Coordinación entre los estados de la región
- Voluntad política de los poderes del estado y los municipios
- Participación del Consejo de Seguridad Pública
- Personal con vocación, conocimientos para atender y dar cumplimiento a los diferentes auxilios, servicios y demandas solicitados por la ciudadanía en general.
- Nueva estructura orgánica que perfila una mejora en el desempeño y respuesta de las unidades administrativas.
- Contar con un sistema de atención de emergencias a la ciudadanía. Disposición del Mando de la Secretaría para desarrollar nuevas formas de trabajo.

Oportunidades

- Impulso al programa Morelos Seguro
- Reuniones diarias entre Gobierno Estatal, Procuraduría General de Justicia, Secretaría de Seguridad Pública. Ejército Mexicano
- Participación de la sociedad en programas sociales relacionados con la seguridad
- Impulso a la educación a través de ampliación de matrícula, becas, programas sociales, empleo temporal etc.
- Impulso a la cultura y al deporte como estrategias para reestructurar el tejido social
- Algunos delitos con tendencia a la baja¹
- Recabar propuestas en materia de prevención proporcionadas por organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, sociales, culturales, religiosas y de la propia ciudadanía, con el afán de mejora en el servicio prestado a la población.
- Incorporar la organización social a la atención de la seguridad ciudadana.
- Inercia nacional en favor del desarrollo de políticas públicas transversales en materia preventiva.
- Mejora en las acciones de coordinación con los distintos órdenes de Gobierno en cuanto a seguridad.
- Homologación tecnológica con el Estado y la Federación para brindar una atención coordinada más eficiente.

¹ Información obtenida del Observatorio Ciudadano para la seguridad, la justicia y la prevención del delito en el Estado de Morelos

Debilidades

- Robo a Casa habitación, comercios y a transeúnte
- Bajo número de policías para atender a la ciudadanía
- No contar con los recursos suficientes que coadyuven a garantizar una eficiente, pronta y segura respuesta a los llamados de auxilio y/o emergencia.
- Falta de personal operativo en números suficientes para atender la demanda de auxilios y servicios.
- Métodos arraigados de menor eficacia para las situaciones de trabajo.
- Carencia de personal suficiente en todas las áreas.
- Perfil del personal improvisado.
- Amplias necesidades de actualización y adquisición en cuanto a equipamiento tecnológico.
- Limitaciones en bancos de información históricos.
- Falta de actualización y capacitación propia del personal.
- Procedimientos de trabajo, no adecuados o aun por desarrollarse para las nuevas áreas.

Amenazas

- Paso obligado del estado de Guerrero a la ciudad de México para el trasiego de drogas
- Incremento en número de secuestros en Morelos
- Presencia de diversos grupos de delincuencia organizada en Morelos
- Continuar con una percepción ciudadana a la baja en cuanto al desempeño del Gobierno Municipal.
- Recrudescimiento de la violencia en el Municipio y municipios Conurbados.
- Que los efectos de la crisis mundial sigan afectando las oportunidades económicas, laborales, culturales, deportivas y educativas en el Municipio.

7. FODA de Promoción y Comercialización

Fortalezas

- Cercanía con el mercado más importante de México: Distrito Federal y área metropolitana
- Clima privilegiado
- Oferta turística diversificada, rica en experiencias conjugables.
- Infraestructura y oferta instalada para captar visitantes en el segmento de negocios y empresas capacitadoras.
- Voluntad política del actual Gobierno del Estado de Morelos por ejecutar planes de acción inmediata con resultados de corto, mediano y largo plazo.
- Actividades de gran interés para el turismo cultural
- Infraestructura turística competitiva
- Amplia oferta de sitios singulares para producción cinematográfica y de televisión

Oportunidades

- Aprovechamiento de las ventajas comparativas de Cuernavaca, mediante la mejora de infraestructura y la promoción eficiente.
- Crecimiento de la demanda del destino en algunos segmentos como negocios, bodas, turismo educativo o idiomático y turismo de aventura y ecoturismo.
- Capitalizar la oferta instalada de los centros de investigación
- Centro de Convenciones Morelos (WTC Morelos) abre una nueva área de oportunidades para el turismo de negocios.
- La ampliación, mejora e internacionalización del aeropuerto Mariano Matamoros, abre una excelente oportunidad para la captación de turismo, tanto extranjero como nacional desde mercados cuya distancia hace imprescindible el viaje por avión (Guadalajara y Monterrey)
- La posible eliminación de algunas casetas interiores aumentaría notablemente la demanda
- Crear vínculos de comunicación entre prestadores de servicios con el fin de hacer sinergia, mediante la creación de un mecanismo que permita la intercomunicación entre prestadores de servicios, consumidores y la oferta turística
- La promoción y difusión de las actividades culturales y recreativas podrá ser detonador para que los visitantes a casas de fin de semana salgan de ellas y generen derrama económica
- Proporcionar oportunamente y de manera confiable la información necesaria y creando bases de datos e información estadística sistematizada, podremos medir resultados y tomar medidas oportunas para planear y dirigir con precisión la promoción del destino
- Los programas de los touroperadores están vigentes todo el año sin considerar los eventos especiales del Estado como fiestas y festejos tradicionales, festejos religiosos, etc.

- Capitalizar la cercanía con el mercado emisor, más importante de la República Mexicana

Debilidades

- Altas cuotas de peaje, tanto en los acceso a Cuernavaca, como en los tramos interiores
- Falta de señalización
- Demanda concentrada en fin de semana
- Falta de identidad del destino
- Bajo nivel de visitantes extranjeros
- Falta de servicios al turista
- Falta de información in situ sobre la gran variedad de actividades que existen en Cuernavaca
- El flujo de visitantes a casas de descanso no genera derrama económica
- Falta de capacitación en algunos establecimientos para la atención al turista
- En general no hay estandarización en la calidad de los servicios, excepto en Tesoros de Morelos
- Falta de estacionamientos en Cuernavaca, en especial para autobuses turísticos en el Centro Histórico y saturación de tránsito en fines de semana
- Conexiones aéreas muy limitadas
- Falta de interacción y comunicación entre prestadores de servicios turísticos
- Falta de información turística sistematizada
- Escasa oferta de producto y promoción del destino
- Los visitantes de fin de semana generan poca derrama económica
- No se han hecho esfuerzos continuos de mercadotecnia que permitan el posicionamiento de largo plazo del destino de Cuernavaca

Amenazas

- Los destinos competidores están ganando mercado a Cuernavaca en ciertos nichos
- De no tomar medidas emergentes en equipamiento, desarrollo de nuevos productos y promoción eficiente
- La falta de información estadística en cada segmento no permitirá conocer los indicadores reales de la actividad turística
- La baja ocupación hotelera entre semana se mantendrá si no se diseñan promociones atractivas, a través del precio y valores agregados para el visitante, especialmente de negocios, incluyendo los Centros de Investigación
- Si no se concentra la inversión destinada a la promoción turística de Cuernavaca, en el mercado del D.F., la dispersión de esfuerzos no permitirá consolidar la imagen del destino.

8. FODA de Gestión del Destino

Fortalezas

- Voluntad política
- Corresponsabilidad institucional para la multiplicación de recursos federales, estatales y municipales
- Armonía entre los tres niveles de gobierno

Oportunidades

- Impulsar planes de gestión para el desarrollo turístico de Cuernavaca, en materia de política a favor del turismo de Cuernavaca, promoción, desarrollo, capacitación, dotación en infraestructura, esquemas de financiamiento y comercialización turística.

Debilidades

- Estructura de gestión turística municipal insuficiente para lograr resultados inmediatos
- Falta de recursos económicos para el desarrollo de gestión turística

Amenazas

- Baja competitividad turística
- Bajo incremento de la afluencia de visitantes
- Bajo aumento de la derrama económica
- Baja generación de empleos directos e indirectos
- Baja captación de divisas

9. FODA de TIC's e Información Turística

Fortalezas

- Atractivos, servicios y actividades turísticas.
- Portal de Internet

Oportunidades

- Capacitar a las autoridades locales participantes (formación de técnicos) en el ámbito de la aplicación de las TICs en la promoción turística.
- Sensibilizar y dinamizar a los prestadores de servicios turísticos de cada una de las colectividades locales participantes sobre la necesidad de promoción del sector y sobre el papel que pueden jugar en ello las TICs.
- Promover la participación del sector empresarial (prestadores de servicios turísticos en el territorio) en el diseño de estrategias.
- Diseñar productos turísticos específicos para cada territorio participante.
- Diseñar planes de actuación específicos para cada territorio participante incluyendo, como pieza fundamental, planes de promoción y comercialización de paquetes turísticos basados en el uso innovador de las TICs.
- Diseñar un plan de formación on-line específico para la utilización de TICs por operadores turísticos de destinos emergentes.

Debilidades

- Escasa utilización de las tecnologías de información y comunicación por parte de los prestadores de servicios turísticos.
- Recursos limitados para desarrollar la implementación de herramientas vinculadas a las tecnologías de la información y comunicación

Amenazas

- No promover la competitividad de los destinos turísticos, productos y servicios de calidad, la formación de recursos humanos, regulación y control de la actividad, la concientización en valores sustentables en la utilización de los recursos, generar sistemas de información y comunicación confiables y eficientes, entre otros.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



Secretaría
de Turismo

Estudio de Competitividad Turística del Destino Cuernavaca, Morelos

Portafolio de proyectos de inversión

Universidad Autónoma del Estado de Morelos



SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



Secretaría
de Turismo



FICHAS DE EVALUACIÓN DE LOS RECURSOS, ATRACTIVOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS DEL DESTINO DE CUERNAVACA

En este apartado encontrarás las fichas de evaluación de los recursos, atractivos, servicios y actividades turísticas del Destino de Cuernavaca

En cada ficha de evaluación podrás consultar:

Nombre del recurso, atractivo, servicio y actividad turística

Municipio

Localización geográfica (UTM)

Tipo de actividad: Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio; Atracciones basadas en la Naturaleza; Actividades Recreativas y Eventos Especiales; Otros recursos / atracciones

Descripción

- Actividades turísticas
- Perfil del turista
- Gestión de la actividad
- Cobranza de ingreso
- Comercialización
- Promoción

Evaluación:

- Señalización externa
- Señalización interna
- Accesibilidad
- Accesibilidad para personas con capacidades diferentes
- Limpieza e imagen
- Recepción e información externa
- Información interna
- Sanitarios y otros servicios básicos
- Alimentación
- Compras
- Sostenibilidad medioambiental
- Singularidad
- Seguridad
- Comunicación
- Comentarios

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



Secretaría
de Turismo

Estudio de Competitividad Turística del Destino Cuernavaca, Morelos

Diagnósticos por factor de competitividad

Universidad Autónoma del Estado de Morelos

Estructura de Contenido

1. Oferta Turística	3
2. Democratización de la Productividad Turística	11
3. Sustentabilidad Turística	15
4. Formación y Certificación	26
5. Accesibilidad e infraestructura (Instalaciones y Servicios).....	30
6. Seguridad Patrimonial y Física.....	37
7. Promoción y Comercialización.....	39
8. Gestión del Destino	43
9. TIC's	45

1. Oferta Turística

En el 2012, el número de establecimientos de hospedaje de Cuernavaca registrados en el Compendio Estadístico de Turismo de México ascendió a 121. Cuernavaca concentra el 36.12 por ciento de la oferta total de hoteles a nivel estatal, seguido de Cuautla con el 13.13 por ciento, Tepoztlán con 12.54 por ciento y Yautepec con 5.7 por ciento. Durante el período del 2000 al 2012 se observa un crecimiento superior en el número de establecimiento de hospedaje al resto de los municipios de Morelos, con una tasa de crecimiento media anual del 3.19 por ciento

Durante el 2012, Cuernavaca registro 3,169 cuartos de hospedaje. A nivel estatal, Cuernavaca concentra casi el 40% de la oferta de cuartos de hotel, seguido de Yautepec con el 15%, Cuautla con el 13% y Tepoztlán con el 4%. La mayor concentración de habitaciones se registra en las categorías 5 y 3 estrellas, con el 55%; el 11% en la categoría 3 estrellas, el 12% en la categoría de 2, el 5% en una estrella y el 15% sin categoría turística. La tasa de ocupación media se sitúa en el 37.61%, cifra por debajo del 50.21% correspondiente a la media nacional. Este bajo nivel de ocupación se relaciona directamente con la existencia de un gran número de segundas residencias. La estadía promedio del visitante nacional que acude a Cuernavaca es de 1.42 días, mientras que en el caso de los extranjeros alcanza los 2.12 días.

Con respecto a su oferta complementaria registra que existen 421 empresas relacionados con el turismo en Cuernavaca. La mayor parte de la oferta se compone de establecimientos de alimentos y bebidas (62%), seguido de bares (11%), cafeterías (3.3%), discotecas y centros nocturnos (3%), agencias de viajes (17%), empresas arrendadoras de automóviles (2.3%) y campos de golf. No tiene Centro de Convenciones.

Cuernavaca cuenta con un importante número de recursos de tipo histórico-monumental, siendo los de tipo natural menos representativos en el municipio. Por lo general, los recursos no se encuentran relacionados en torno a ejes temáticos específicos sino que se conciben de forma individualizada. Gran parte de los recursos se ubican en el Centro Histórico, con lo cual la contemplación y el disfrute de los mismos se ven afectados por la situación de congestión vial y de actividades anteriormente descrita. Cuenta, por otro lado, con recursos de proximidad de gran interés y que podrían ser insertados como complementos a la visita de Cuernavaca o para la creación de rutas temáticas más amplias.

La primera consideración importante, y un tanto heterodoxa sobre Cuernavaca, es que en la actualidad, no es propiamente una ciudad turística. La afirmación puede ser técnicamente exagerada, pero sirve para ilustrar un error que ha venido condicionando la forma de concebir el turismo de la ciudad: la visión del turismo como la expansión de las segundas residencias de personajes destacados de la economía, las artes o la política. No se trata de segundas residencias de recreación,

sino de residencias alternativas a la principal (viviendas de gentes que tienen más de una vivienda), o residencias de representación.

No es casual que organizaciones como la OMT excluyan este tipo de visitantes del concepto de turista, pues sus intereses, formas de consumo y afectación al medio, no tienen nada que ver con el turista que se desplaza para su descanso, entretenimiento o negocios y que pernocta o se alimenta en negocios orientados a la prestación de estos servicios. En cierta forma podrían considerarse turísticas las segundas residencias dedicadas por las clases medias para el entretenimiento, pero es evidente que este no es el caso de las grandes villas de Cuernavaca.

Si excluyéramos a este grupo, con una perspectiva general, podríamos decir que aquello que queda de turístico en Cuernavaca, son los visitantes de día o turistas con estancias de corta duración que acuden tras el “prestigio social” de estas segundas residencias de personajes públicos y aprovechan algunos de los atractivos disponibles publicitados con diversos argumentos temáticos: la eterna primavera (buen clima), la ciudad de las flores y los jardines (entretenimiento familiar), la ciudad de “la cultura social” (profesionales, estudiantes de lenguas) o la ciudad entretenida (balnearios, discotecas, parques temáticos).

Pero una vez en la ciudad, sea cual sea la motivación del viaje, el turista se va a encontrar con una serie de recursos turísticos inconexos, una trama urbana de difícil comprensión y una imagen de conjunto desordenada.

De los recursos analizados, directamente o por referencias documentales, no se colige una interpretación temática global, que permita la comprensión conceptual unitaria del espacio turístico.

Por el contrario, el visitante se enfrenta a una gran variedad de estímulos, casi puntillista, en el que conviven rincones evocadores, museos inmensos o recoletos, espacios naturales urbanos escasamente puestos en valor y diversas ofertas de servicios: alojamiento, gastronomía, ocio, excursiones, artesanías.

Como se expresaba en el diagnóstico, la presencia de un mercado cercano de la potencia y variedad de la Ciudad de México, se viene a complicar aún más este panorama conceptual, ya que al encontrar con facilidad mercados suficientemente numerosos como para sustentar económicamente distintas iniciativas, todas parecen tener el éxito asegurado. Aquí el turista puede venir a escapar el fin de semana del trafago urbano, a pasar la mañana del domingo, a conocer algo de cultura, comprar artesanías o disfrutar de un baño, a descansar, a pasear, a casarse, a celebrar una reunión de negocios, a tomar copas y bailar, comprar plantas para el jardín de la casa, o a respirar algo de aire puro.

Además, la cercanía a México D.F., tiende a desestabilizar al sistema turístico de esta ciudad. Cualquier iniciativa, que no resulte cuidadosamente estudiada, es decir que incida sobre un segmento concreto del gran mercado, puede poner en peligro, lo que parece el principal atractivo actual de la ciudad: la tranquilidad.

Es decir, si se actúa sobre la cultura popular promoviendo, por ejemplo, festivales juveniles musicales, se puede morir de éxito al afectar gravemente a la capacidad de la ciudad para absorber elevados flujos de visitantes en automóvil, o la seguridad ciudadana, o la capacidad de alojamiento para este tipo de público... y un éxito de este tipo sería factible con un pequeño esfuerzo. Lo mismo podría suceder con cualquier otra iniciativa parcial dirigida a segmentos concretos de la demanda dada la potencia en cuanto a cantidad que el mercado de la Ciudad de México ofrece.

Con el objetivo de consolidar un destino turístico integral donde atributos y recursos supongan un todo atractivo capaz de prestar al mercado una oferta sólida y diferenciada se propone seguir la metodología de conceptualización de destinos turísticos mediante la argumentación temática. Para ello se analizan los recursos según su relevancia, para alrededor del recurso más relevante definir un argumento temático principal. Y desde este los argumentos temáticos de segundo nivel que permitieran una conceptualización del destino turístico con capacidad de atractivo sobre los públicos objetivos específicos.

En definitiva es un destino que vale para muchas cosas pero que no ofrece suficiente profundidad en sus valores como destino turístico singularizado: la oferta cultural no es “tan” potente, las oportunidades de entretenimiento son adecuadas pero no brillantes o novedosas, la oferta de ocio y descanso está bien organizada pero no supone un producto diferenciado, ni las artesanías son “tan” auténticas como para motivar un viaje. En Cuernavaca se encuentra algo de todo eso, pero en ningún campo se puede decir que se trata de un destino “indispensable”.

A pesar de que la ciudad de Cuernavaca cuenta con un importante patrimonio histórico-monumental, éste se encuentra infrautilizado. No existen productos culturales específicos en Cuernavaca, aunque cabe mencionar la existencia de dos rutas (Zapata y de los Conventos) que parten de las proximidades y que son comercializadas por agentes de viajes que operan desde la ciudad. La Ruta de Zapata, que toma como punto de partida la ciudad de Cuautla, situada a 49 Km. de Cuernavaca, y cuyo recorrido abarca aquellos lugares que recuerdan la vida, obra y muerte del caudillo Emiliano Zapata. La Ruta, muy demandada por los visitantes, no dispone de señalización, lo que perjudica su recorrido. Los recursos que la conforman son escasamente interpretados y el material promocional existente sobre los mismos es meramente informativo y no facilita la comprensión y la vinculación del personaje con la historia de los pueblos mexicanos en los que se desenvolvió su vida y hechos.

La Ruta de los Conventos, abarca un conjunto de 11 conventos del siglo XVI, distribuidos por la zona norte del Estado de Morelos, todos ellos, declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Esta ruta cultural, pese a su atractivo y el interés que despierta entre los visitantes a Cuernavaca presenta las mismas deficiencias que la Ruta de Zapata en materia de integración, señalización, interpretación y promoción.

Por su cercanía a la Ciudad de México, buen clima e infraestructuras Cuernavaca es considerado principalmente por algunas empresas y residentes de la Ciudad de México como un buen sitio para llevar a cabo encuentros de negocio, congresos y convenciones así como otras celebraciones como es el caso de las bodas. Por lo regular estos eventos se realizan en hoteles de categoría 4 y 5 estrellas y antiguas haciendas con arquitectura y espacios singulares localizados tanto en las inmediaciones de la ciudad como en los municipios vecinos de Jiutepec, Tepoztlán, Tequesquitengo o Temixco. La oferta que da cabida a este tipo de turismo está conformada por alrededor de treinta establecimientos que se han dotado de las infraestructuras adecuadas a las exigencias de este tipo de demanda. Los actuales gestores del destino buscan desarrollar el producto congresos y convenciones. Prueba de ello es la existencia del Centro de Convenciones World Trade Center. Sin embargo, a pesar de estos esfuerzos en la actualidad la ciudad carece de un espacio adecuado para dar cabida a eventos de gran envergadura.

También, es posible identificar un producto que con carácter incipiente se está desarrollando tanto en el ámbito rural del municipio de Cuernavaca como de otros municipios vecinos y que se basa en la oferta de diversas actividades vinculadas al turismo activo como son las barrancas, los invernaderos, el trekking, el ciclismo, la escalada y rappel, todo ello enmarcado en un entorno natural atractivo y un clima favorable. La potenciación e integración del turismo activo como oferta turística de la ciudad, reviste una especial importancia ya que se está desarrollando en paralelo al producto cultural, debido a que en ocasiones el mismo turista consume ambos productos. Este hecho además de dotar al destino de mayor diversidad de productos, permite complementar y enriquecer los ya existentes. Existen pocas empresas que ofertan en la actualidad este producto tanto en Cuernavaca como en los municipios vecinos.

Por otro lado, y con la finalidad de diversificar la oferta de productos turísticos están impulsando las filmaciones, el turismo idiomático y el de salud. Para el primero, a la fecha se siguen atendiendo un buen número de producciones fílmicas nacionales y extranjeras, la mayoría de ellas eligiendo como principal locación los espacios y sitios (edificios históricos) de la propia ciudad, lo cual ha venido generando una significativa derrama económica y promoción del destino.

En cuanto al turismo idiomático se refiere, la ciudad de Cuernavaca es difundida como el “Centro mundial para el aprendizaje del español” ostentando el primer y segundo lugar en el aprendizaje de este idioma a nivel nacional y mundial respectivamente, lo anterior debido al número de estudiantes que recibe anualmente. Se estima que en el año 2002 llegaron más de 10 mil estudiantes extranjeros, sin embargo, actualmente el número de llegadas de turistas extranjeros ha presentado una caída drástica.

Así también Cuernavaca cuenta con la presencia de un buen número de centros de investigación, lo que está permitiendo conformar una reconocida comunidad científica, además de escuelas de artes plásticas y de turismo y otras instituciones

docentes de educación superior que ofrecen intercambios estudiantiles y campamentos de verano.

El turismo de salud es otro de los productos turísticos que de manera incipiente se está desarrollando en el destino. Concretamente la ciudad dispone de una oferta de siete establecimientos que prestan este tipo de servicio, la mayoría de ellos hoteles, que cuentan con spa y temascal, aunque también existen otros centros de salud y balnearios en el resto del estado de Morelos como el caso de Agua Hedionda, en Cuautla o Oaxtepec. A pesar de que Cuernavaca y el estado de Morelos han gozado de reconocimiento como sitios de descanso hace falta una mayor promoción de este tipo de producto tanto en el mercado nacional como internacional.

Como conclusión de este apartado se ha podido constatar que pese a tener los recursos y las infraestructuras adecuadas, los productos turísticos se encuentran poco articulados y obedecen en la mayoría de los casos a iniciativas de empresarios y emprendedores turísticos, siendo necesario, por tanto, dotarlos de un mayor apoyo institucional que permita cohesionar los elementos necesarios para desarrollar e impulsar conjunta y adecuadamente productos turísticos singulares y de gran atractivo como puede ser el turismo activo, deportivo, congresos y eventos, rutas, etc.

Por otro lado, el diagnóstico revela que existe una desvinculación entre los distintos nichos de producto turístico, por ejemplo, por un lado están las estrategias de los empresarios dueños de Centros Nocturnos y por otro las de la Asociación de Hoteles de Morelos. Si bien es cierto que sus nichos de mercado son distintos, ambos comparten el objetivo de aumentar el gasto promedio y aumentar la pernocta.

Lo anterior se justifica porque las economías de escala de las empresas turísticas crecen en función del tamaño del destino turístico. A nivel nacional, en todas las regiones turísticas tradicionales, existe una marcada concentración de todos los tipos de capital (financiero, humano, gubernamental, entre otros) en los lugares turísticos más demandados, en el caso de México este fenómeno se da en los destinos que ofrecen el producto de sol y playa, pero sobre todo en los que apoya FONATUR. Esto, implica una desventaja competitiva para los destinos del interior del país, medida por la inversión que se destina a cada uno de ellos, por ello el esfuerzo que deben hacer los participantes del turismo en Cuernavaca es mucho más grande y la inversión en productos y servicios turísticos debe basarse en una planeación muy cuidadosa para no caer en desperdicio de recursos. Una forma de generar producción y difusión del saber hacer es a través de reuniones periódicas entre los participantes del turismo en Morelos, o bien, de los representantes de las cámaras y todas las autoridades relacionadas con el turismo en el estado, como de hecho se hace en la actualidad.

Es necesario difundir una cultura de competencia cooperativa a lo largo de toda la cadena global de valor. La cuál deberá generar un compromiso para el desarrollo competitivo del turismo en Cuernavaca, esto tiene el objetivo de continuar con una

buena comunicación entre los empresarios, el gobierno del Estado y el Municipio en las estrategias para desarrollar el turismo de Cuernavaca.

El gobierno en sus tres ámbitos deben ser los encargados de promover el desarrollo competitivo del Municipio de Cuernavaca, por ello para generar la integración, articulación y vinculación de los eslabones de la cadena global de valor se requiere de la coordinación y apoyo de las autoridades en sus tres niveles federal, estatal y municipal.

Lo anterior implica definir una política turística con estrategias de corto, mediano y largo plazo para que se realicen con independencia de los cambios trienales o sexenales de las autoridades políticas, esto se puede lograr haciendo un Plan de Acción para Cuernavaca, que tenga el objetivo de integrar al Municipio en un clúster turístico de la región centro del país. El éxito de un destino turístico no sólo se mide por contar con precios competitivos, hoy en día también se requiere promover la competitividad a través del impulso a la calidad en la prestación del servicio.

El reto para los participantes del turismo en Cuernavaca es promover, impulsar y lograr la integración de la cadena global de valor hacia atrás (con Universidades, Centros de Investigación y Proveedores) y hacia adelante (a través de Logística y Distribución y Comercialización y Mercadotecnia). Un clúster turístico puede integrarse por empresas pequeñas y medianas e incluso grandes, que por sí solas pueden prestar sólo un servicio o integrar varios a la vez. Es preciso señalar que el nivel de interrelación de las empresas prestadoras de servicios puede variar entre distintos destinos turísticos conformados a lo largo de un municipio.

Es importante señalar, que los servicios ofrecidos en el Destino de Cuernavaca dependen de otros complementarios que van desde servicios afines, empresas proveedoras, innovación y desarrollo tecnológico, infraestructura y comunicaciones, hasta logística y comercialización y mercadotecnia. Lograr una integración eficiente de estas actividades permite disminuir costos, aumentar la calidad, el valor agregado en los servicios, promover la innovación de productos y servicios, lo cual redundará en la competitividad de los mismos.

De igual forma, el impulso al turismo de Cuernavaca debe tener el objetivo de aumentar la estadia y gasto promedio. Una forma es a través del desarrollo de nuevos nichos de producto que mejoren la ocupación entre semana y en temporadas bajas, esta es una de las características del turismo de negocios o reuniones, salud, adultos mayores, idiomático, entre otros.

Por otro lado, el gobierno municipal del Destino de Cuernavaca debe promover la inversión en infraestructura de servicios turísticos, conservación de la imagen urbana y promover la arquitectura del paisaje. Esto debe establecerse a través de planes de ordenamiento territorial que tengan claro el tipo de uso de suelo por zonas, para conservar en la medida de lo posible un desarrollo armónico de cada población.

Para promover la integración en la prestación de servicios de distintos nichos de producto se debe impulsar una estrategia de armado de producto turístico, la cual debe partir de la idea de que a pesar de la probada vocación turística Cuernavaca sería imposible pretender el desarrollo de la actividad turística en el municipio. Por lo anterior, resulta necesario enfocar la acción gubernamental en aquellas zonas que presenten posibilidades reales de incorporarse al desarrollo turístico.

Asimismo, la prestación de servicios turísticos con calidad total que demanda el turista en la actualidad debe partir de poner en condiciones óptimas a los distintos atractivos turísticos de Cuernavaca, ello implica hacer una labor de inversión pública y privada que rescate los atractivos de cada zona. De esta forma al contar con un producto integrado, los emprendedores de agencias de viajes buscarán llevar turistas a estos destinos.

El reto de competitividad que debe afrontar el turismo en Cuernavaca debe buscar mejorar en la calidad e innovación del producto y servicio, donde la tecnología puede jugar un papel notable.

El futuro del destino turístico Cuernavaca dependerá de una política orientada a la innovación, ésta deberá buscar aumentar el ciclo de vida de los productos y servicios, y mantenerlos posicionados con una tasa de crecimiento estable. Lograr lo anterior, requiere de mayor inversión en capacitación, en técnicas de manejo empresarial y mayor inversión en investigación y desarrollo, además de impulsar una política turística orientada a la innovación.

La innovación también implica buscar nuevos nichos de producto y potenciarlos, para ello se requiere de aplicar estrategias que busquen fomentar la producción y distribución del saber hacer. Los recursos naturales e históricos-culturales así como la capacidad de su gente permiten pensar que Cuernavaca se puede integrar en un clúster turístico de la región centro del país. Para lo anterior se debe partir de un proyecto que promueva la producción y distribución del saber hacer. Ello implica generar una política turística que se encargue de planear el desarrollo turístico de Cuernavaca con una visión de corto, mediano y largo plazo la cuál debe partir de un proyecto turístico consensuado con el sector privado, con la sociedad civil y con el gobierno en sus tres niveles.

Por último, es necesario mencionar que Cuernavaca es un destino para el turismo familiar e independiente, dada su situación geográfica, las condiciones de acceso por carretera, y por el hecho de que muchos visitantes y turistas viven muy cerca al Distrito Federal hacen que no sea necesario comprar viajes organizados. Además, la diversidad de recursos y atractivos de las distintos destinos de Cuernavaca hacen posible el desarrollo de una amplia gama de productos y actividades turísticas adecuadas a los hábitos de consumo de este mercado: viajes de corta duración pero de gran intensidad vivencial, ligados a elementos como la gastronomía, los eventos, tradiciones y fiestas locales, las actividades al aire libre, entre otras. Asimismo, las diversas zonas turísticas tienen oportunidades para captar un volumen más grande de visitantes, tanto mexicanos como extranjeros, sobre la base

de desarrollar productos y actividades atractivas y singulares, que aporten experiencias gratificantes con un alto valor percibido. A pesar de ello, el grado de especialización que requieren estos productos, el reducido volumen de actividad que pueden generar, la pequeña dimensión de los destinos, la fragmentación y heterogeneidad de los elementos y servicios que intervienen en su estructuración, no atraen el interés de los intermediarios tradicionales y generalistas, que operan con alto volumen de demanda y oferta.

De todas formas, existe un amplio abanico de intermediarios especializados, en viajes y actividades de ocio muy específicas, que se conocen como el mercado de los “viajes de interés especial” Esto representa una gran oportunidad para el turismo en Cuernavaca. No obstante, estos intermediarios especializados tampoco están interesados en tratar con diversos proveedores en un mismo destino para poder operar sus viajes, y prefieren tratar con un operador local único. Éste tiene que ser capaz de coordinar los alojamientos, los vehículos, los operadores de atracciones, el programa de visitas, los itinerarios y otros servicios y actividades que requieran la práctica de actividades especializadas, y de solucionar lo más rápido posible cualquier problema o emergencia que pueda surgir.

En este contexto, y desde la perspectiva de la creación de nuevos productos y actividades turísticas y de ocio como eje clave para el desarrollo turístico morelense, la creación de las DMC's se convierte en una necesidad vital. Las DMC's son empresas locales que crean y estructuran productos y actividades sobre la base de los recursos y atractivos del territorio, articulan las ofertas y se encargan de la comercialización, directa al consumidor o a través de intermediarios. Sin una DMC's, las tareas para llegar a tour operadores, agencias de viajes y clientes individuales que están fuera del área inmediata de operación es muy difícil, y en muchas ocasiones imposible para las pequeñas empresas. Por lo tanto, dar soporte a la creación de DMC's es fundamental para desarrollar nuevas áreas turísticas o productos especializados, ya que es la mejor forma de tener una base sólida de cara a la creación, gestión, comercialización y prestación de servicios turísticos adaptados a las necesidades y motivaciones de un consumidor que busca, cada vez más, experiencias llenas de interés y autenticidad. Las DMC's deben ser capaces de coordinar los servicios de alojamiento, transporte, visitas, itinerarios, salidas, reservas, etc., sin tener en propiedad ninguna compañía, y deben negociar unos precios netos con los proveedores para la creación de paquetes turísticos.

2. Democratización de la Productividad Turística

Este factor tiene como objetivo fomentar la integración funcional de los destinos turísticos de Cuernavaca para lo cual se requiere del fortalecimiento competitivo de las empresas turísticas de la entidad, las cuales deben asumir los atributos de empresa competitiva sustentable, así como la integración de la cadena global de valor.

El desarrollo económico debe promover la generación y mantenimiento de empleos bien remunerados, lo anterior se logra con el aumento de la competitividad turística, para ello se requiere impulsar inversiones públicas y privadas para fortalecer la ventaja competitiva de los nichos de producto revelados y desarrollar los potenciales.

El desarrollo competitivo de las empresas es fundamental para mejorar la competitividad y el posicionamiento del turismo en Morelos. Además, dado que la mayoría de las empresas son Pymes se deberán diseñar esquemas que busquen apoyarlas en capacitación, financiamiento, innovación y en todos los temas que requieran el apoyo de las autoridades competentes.

Sin duda, la escasez de recursos para financiamiento es el obstáculo más grande al que se enfrentan las empresas turísticas de Morelos para lograr desarrollarse.

El acceso oportuno, adecuado y en condiciones competitivas a recursos para el financiamiento son condiciones necesarias para impulsar el desarrollo competitivo de las empresas turísticas. En Morelos más del 95% de éstas son Mipymes, por lo que la posibilidad de acceder a los apoyos financieros es muy baja. A pesar de los esfuerzos que se han realizado para promover el financiamiento a las Mipymes, México se encuentra rezagado en el nivel de crédito privado como porcentaje del PIB en comparación con otras naciones de ingreso medio, según datos del Banco Mundial y de la OCDE. En el 2005 el crédito a empresas como porcentaje del PIB ascendió a poco menos del 20 por ciento. En comparación Polonia tiene alrededor del 30 por ciento, India y Brasil cerca del 40 por ciento y Chile, llega a la cifra del 65 por ciento de su PIB. Así, la falta de financiamiento para las Mipymes no es un problema exclusivo de Morelos, éste es un fenómeno nacional. Dada la crisis bancaria de 1995 y debido al proceso de rescate del sistema bancario la banca comercial se ha visto impedida de otorgar financiamiento a las empresas. Las explicaciones a este fenómeno van desde la paradoja de competitividad del sistema financiero, en la cual los bancos no tienen incentivos a prestar porque reciben muchos ingresos por sus comisiones, o bien, porque las leyes para recuperar los activos en garantía en caso de no pago no son adecuadas para incentivar que los bancos presten.

Según datos de la encuesta de evaluación coyuntural del mercado crediticio más del 50 por ciento de las Pymes se financian a través de sus proveedores, mientras que las empresas que adquieren créditos de la banca comercial son menos del 20

por ciento. A pesar de que ha pasado más de una década de la crisis financiera, el porcentaje de empresas que se financian a través del sistema bancario ha venido disminuyendo, mientras que el crédito a través de proveedores aumenta. En porcentaje de financiamiento que otorga la banca de desarrollo apenas llega al 1 por ciento. Otro obstáculo para acceder al crédito de la banca comercial son las tasas de interés, las cuáles se calculan entre el 18 y 24 por ciento anual, lo cuál requiere de una alta tasa de retorno de capital, muchas veces la fluctuación de la demanda de turismo en Morelos impide que las Mipymes puedan hacer frente a sus compromisos financieros. Bajo la situación actual, los hoteleros, restauranteros, artesanos, y demás participantes del turismo en Morelos enfrentan dificultades para ampliar su negocio, entre otras razones por las altas tasas de interés de los créditos y el rechazo de la banca, este se justifica en la gran mayoría de los casos por la falta de garantías de crédito (colateral) y de historial crediticio. El financiamiento para las empresas constituye una condición indispensable para promover su crecimiento. Actualmente, muchas empresas ven limitado su potencial de desarrollo competitivo por la falta de recursos de capital para continuar con sus proyectos de expansión, o al menos para mantenerse en el mercado. En concreto, algunas empresas turísticas no pueden adquirir los Distintivos M y H porque no tienen el dinero para aplicar las estrategias y características requeridas para adquirir los reconocimientos. Si el mercado no está dispuesto a prestar para que las Mipymes se desarrollen, el gobierno debe promover el financiamiento a éstas a través del diseño de políticas para la conformación de expedientes crediticios de las empresas, los cuales consideren su impacto en el otorgamiento de financiamiento.

En este sentido, es interesante la labor que hace el Fondo Morelos el cual se enfoca principalmente al micro financiamiento, la institución se diseñó con el fin de impulsar el desarrollo económico de la empresa familiar. Fondo Morelos busca solucionar el problema de las garantías para acceder a créditos de la banca comercial. Los financiamientos entre \$5,000 y \$30,000 pesos se dan de forma individual con plazos de hasta 12 meses. La ventaja de estos apoyos es la posibilidad de hacerse de un historial crediticio, el cual podrá abrirle el acceso a créditos por parte de la banca comercial. Esto genera una incubadora de acreditados y genera una cultura de financiamiento. Además Fondo Morelos busca ofrecer tasas de interés por debajo de la banca comercial. La estrategia para disminuir el riesgo de no pago es a través de la formación de grupos solidarios de financiamiento, los cuales se comprometen a respaldarse mutuamente, esta es la primera etapa del micro crédito, después de 4 a 6 meses se duplica el monto inicial de apoyo, se baja la tasa de interés hasta llegar a una del 2.5% siempre que el negocio siga en funcionamiento y el historial de pago sea el adecuado.

A pesar del esfuerzo de Fondo Morelos los recursos son insuficientes para impulsar el desarrollo competitivo de las Mipymes, además de que no todos pueden acceder a pagar las tasas que ofrece este fondo. La limitante institucional de este fondo es que tiene que devolver los recursos que recibe a Nacional Financiera (NAFIN), por ello se propone desarrollar un Fondo de Desarrollo Competitivo a nivel estatal que tenga cierta independencia de NAFIN y que se componga de recursos que genere

el propio estado, o bien, un fondo de garantías que sirviera de colateral para las empresas que no cuentan con él, pero que tienen posibilidades de crecimiento.

La implementación de programas de impulso al financiamiento de las Mipymes no es tarea fácil, debido a la escasez de recursos del Estado, sin embargo, el gobierno debe ser el promotor del crecimiento y la inversión para ello debe impulsar la competitividad de las empresas y una forma de hacerlo es cumplir con las funciones debiera realizar la banca comercial, canalizar recursos para el financiamiento.

Dadas las características del sistema financiero en México es necesario buscar esquemas alternativos de financiamiento. Una opción es crear un fondo de financiamiento municipal para apoyar los proyectos productivos de las empresas en Cuernavaca. Las condiciones de los préstamos deben ser más atractivas que las del sistema financiero. El financiamiento debe reflejarse en una mayor productividad de las empresas y del sector turístico en el estado. Si bien es cierto que se apoya la tesis de que las empresas deben fincar su desarrollo en su propia capacidad de competencia, basada ésta en criterios de rentabilidad, calidad y oportunidad, es igualmente cierto que el sector micro empresarial urbano o rural, actualmente carece de apoyos financieros en condiciones verdaderamente preferenciales. Por lo anterior, destacamos la necesidad de implantar esquemas de financiamiento específicos para la microempresa del sector turismo, que permitan contar con productos y servicios financieros especializados y alternos que fortalezcan el desarrollo de la mayor cantidad de las empresas registradas; es decir las de menor tamaño.

Para ello se deberá contar con una fuente de financiamiento alterna para proyectos viables, que permita promover y fortalecer el sano desarrollo de la Microempresa del Sector Turismo de Cuernavaca, en las zonas urbanas y rurales mediante la operación de Productos Financieros específicos que incluyan el Apoyo Crediticio y Asesoría Financiera, así como facilitar el acceso a la Capacitación y Asistencia Técnica hacia los empresarios.

Derivado de lo anterior, se sugiere consolidar un mecanismo alterno de financiamiento que atiende las necesidades específicas del sector turístico del Municipio, conjuntando los esfuerzos de los gobiernos Federal, Estatal y Municipal, lo que permitirá impulsar la generación de empleos y evitar el éxodo de mano de obra y capitales, contribuyendo a establecer el equilibrio del desarrollo económico del Municipio, con respecto al crecimiento demográfico, así como, diversificar los esquemas financieros, de conformidad con las necesidades de los diferentes Sectores Productivos, a fin de dar respuesta a la demanda de cada uno de ellos.

Para generar créditos de forma oportuna, adecuada y a tasas competitivas. Se sugiere aprovechar la buena labor y experiencia de Fondo Morelos, impulsar su desarrollo, dotarlo de más atribuciones legales e independizarlo (hasta donde sea posible) de los recursos que recibe de NAFIN, para crear un fondo estatal de financiamiento, con montos mayores y tasas de interés accesibles.

Dentro de esta nueva institución se puede contar con un Fondo de Modernización Turística con dos líneas, uno que atienda a la infraestructura y remodelación de la oferta de servicios turísticos, incluyendo proyectos de imagen urbana, que sean de beneficio para el destino turístico en su conjunto. Y otra línea debe apoyar a la compra de mobiliario y equipo para acceder a los distintivos M y H. Además se deben promover apoyos para la modernización tecnológica de las empresas turísticas. La promoción a través de Internet es eficiente y barata, además facilita las estrategias de comercialización.

Finalmente, para promover la creación de empleos formales en el estado y vincular a la oferta y demanda de trabajo se sugiere que la CANIRAC, para el caso de los dueños de restaurantes, o bien la Asociación de Hoteles y Moteles realicen una bolsa de trabajo y un padrón de proveedores. La unión de esfuerzos para cumplir el objetivo de posicionar a Morelos como un destino turístico competitivo es condición indispensable, y un buen ejemplo sería este que redundaría en beneficios para todos los participantes de la cadena de valor, o al menos para los miembros de estas asociaciones.

CANIRAC tiene proyectos para generar beneficios a sus afiliados, entre ellos, buscan realizar acuerdos con universidades e instituciones superiores de educación para que sus egresados puedan tener la opción de trabajar en sus empresas. La cámara del gremio reconoce que los salarios no son competitivos, lo cual limita la posibilidad de retener a los jóvenes en el estado, y aumenta la rotación de personal, pero están convencidos de que el impulso al turismo en Morelos, aumentará la estadia y gasto promedio, y terminar con ese círculo vicioso.

3. Sustentabilidad Turística

La sustentabilidad se refiere a la administración eficiente y racional de los recursos, de manera tal que sea posible mejorar el bienestar de la población actual sin comprometer la calidad de vida de las generaciones futuras. Uno de los principales retos que enfrenta Cuernavaca en materia de desarrollo sustentable es incluir al medio ambiente como uno de los elementos de la competitividad y el desarrollo económico y social.

Entre los factores clave del desarrollo sustentable, se encuentra el crecimiento poblacional, la demanda energética, el cambio climático, la escasez de recursos y del agua, y el manejo de residuos.

En el Plan de Desarrollo Municipal 2013-2015, la Administración Municipal asume el compromiso del proceso integral del desarrollo, estableciendo como prioridad de atención el tema ambiental, debido a la importancia económica y ecológica que el patrimonio natural y la calidad ambiental brindan a Cuernavaca.

El manejo habrá de ser integrado, conciliando las diversas demandas y objetivos, además de considerar las interrelaciones entre los diferentes componentes y procesos eco sistémicos para asegurar la sustentabilidad.

El propósito del Gobierno Municipal será desarrollar y facilitar una adecuada gestión ambiental, a través del conjunto de principios, objetivos, marco legal e institucional, áreas de política, ejes de política y propuestas de políticas ambientales, programas de educación ambiental, manejo de los recursos naturales, barrancas, bosques y la creación de áreas naturales protegidas municipales con enfoque de desarrollo sustentable, garantizando la calidad de vida de los habitantes de Cuernavaca. El objetivo será transitar de un Municipio consumidor y depredador a un Municipio promotor de servicios ambientales.

No obstante a lo anterior, el diagnóstico del Programa Agenda 21 de Cuernavaca, señala las debilidades, amenazas y los retos que se deberán atender en el corto y mediano plazo, en materia de medio ambiente:

- Respecto al agua, el acuífero que abastece Cuernavaca tiene un balance hidráulico positivo, lo que garantiza la disponibilidad del recurso en el corto y mediano plazo. La ciudad de Cuernavaca se abastece del acuífero del Valle de Cuernavaca, el cual también suministra agua a los municipios de Huitzilac, Emiliano Zapata, Jiutepec, Temixco, la parte norte del municipio de Xochitepec y la región oeste de los municipios de Tepoztlán y Yautepec. Sin embargo, de acuerdo a los registros piezométricos del Acuífero de Cuernavaca de los últimos 20 años, el volumen de almacenamiento se ha mantenido constante.
- En las últimas dos décadas, Cuernavaca tuvo un crecimiento de población acelerado, lo que produjo un incremento en la demanda de agua para uso urbano,

industrial y de servicios. Así mismo, disminuyó la demanda de agua para riego de cultivos, debido al cambio de uso de suelo de agrícola a urbano.

- En el Municipio de Cuernavaca, el servicio de agua potable es medido y con tarifas fijas de acuerdo al tipo de usuario, contando con una amplia red de distribución. Por otra parte, la antigüedad de los sistemas de bombeo y distribución del agua potable y su crecimiento anárquico, originando fallas y roturas constantes de la tubería por la sobrepresión en las redes, generando fugas importantes de agua y el corte en el abasto de este servicio.
- La antigüedad de la red de distribución, superior a los 40 años, provoca fugas que representan el 57% del suministro, lo que también se refleja en el alto consumo per cápita.
- El consumo per cápita de agua en Cuernavaca es significativamente superior al rango del parámetro. Parte de la razón de este excesivo consumo es el riego de grandes extensiones de jardines en zonas residenciales, lo que provoca el escaseo de los recursos para el consumo doméstico.
- Las cuotas y tarifas aplicadas al consumo aportan recursos insuficientes para llevar a cabo reinversión en la infraestructura, así como para crear sensibilidad en la población sobre el cuidado y racionalización del recurso.
- Actualmente, se presentan graves problemas para satisfacer la demanda de agua potable en varias colonias y poblados, especialmente en aquellas donde las condiciones naturales no permiten el tendido de redes de abastecimiento, el almacenamiento y la extracción subterránea del vital líquido.
- La contaminación de arroyos, barrancas y ríos por descargas de agua residual de uso urbano e industrial, es uno de los mayores problemas de contaminación que afectan a Cuernavaca. El acelerado crecimiento poblacional y aumento en el número de asentamientos irregulares, también en los servicios generan cantidades importantes de aguas residuales de uso urbano e industrial, así como los excedentes de riego agrícola.
- La mayor parte de éstas, se descarga sin previo tratamiento en ríos, arroyos y cauces, debido a que no existe suficiente infraestructura de saneamiento, y en la mayoría de los casos opera con bajos niveles de eficiencia. Por lo anterior, las corrientes superficiales de régimen perenne o intermitente, se han convertido en colectores de drenajes, con alto riesgo de contaminar por escurrimiento o filtración el acuífero de Cuernavaca.
- En Cuernavaca, el proceso de contaminación hídrica se ha dado en la mayoría de los escurrimientos que cruzan por la zona urbana. Los puntos de mayor contaminación del agua se dan sobre el Río Apatlaco que corre por los municipios

de Huitzilac, Cuernavaca, Jiutepec, Temixco, Emiliano Zapata, Tlaltizapán, Xochitepec y Puente de Ixtla.

- De manera subterránea y superficial, este río atraviesa la zona montañosa y aflora en El Túnel y en los manantiales de Chapultepec en Cuernavaca. En esta zona inicia su contaminación por desechos domésticos, industriales y de servicios al recibir las aguas de las barrancas del centro y poniente como son: El Pollo, Pilcaya, Amanalco, El Limón, Tlazala y Los Sabinos. Su calidad se agrava, cuando recibe los aportes de agua de uso urbano e industrial de las barrancas de Puente Blanco, en Jiutepec y la Cachupina en Emiliano Zapata. Conforme llega a pendientes menos pronunciadas, aumenta su contaminación, principalmente por la descarga de aguas residuales municipales, y del Ing. Emiliano Zapata de Zacatepec.
- La falta de tratamiento del 56% de las aguas residuales es uno de los mayores retos que enfrenta el Sistema de Agua Potable y Alcantarillado del municipio. Este último carece de información del consumo de agua en los hoteles. La ley Estatal del Agua no establece una clasificación para la medición del consumo en hoteles. Actualmente, SAPAC carece de recursos para actualizar el padrón de usuarios.
- El 46% de las aguas residuales del municipio son tratadas. El Municipio cuenta con cuatro plantas de tratamiento, 3 de lodos activados y una de biodiscos. La planta de biodiscos ubicada en el ejido Acapatzingo es la de mayor capacidad, con un gasto de 400 l/s, que representa el 90% de las aguas tratadas.
- El 50% de los hoteles están conectados a plantas de tratamiento. Las aguas no tratadas son vertidas en las barrancas provocando la contaminación de los mantos acuíferos.
- No obstante a los esfuerzos realizados por la Comisión de la Cuenca del Río Apatlaco en la construcción de plantas de tratamiento de aguas residuales domésticas, sin embargo, Cuernavaca continúa con serios problemas de contaminación de ríos y barrancas, así como de sus mantos freáticos, debido a la falta de sistemas de drenaje y alcantarillado en muchos de los asentamientos irregulares que se establecieron en los últimos años. La mayoría de estas colonias altamente densificadas, descargan sus aguas negras directo al subsuelo y/o en los arroyos canales pluviales sin ningún tratamiento previo.
- Actualmente se lleva a cabo el Diagnóstico del Sistema de Alcantarillado Sanitario y Propuestas de Infraestructura. La infraestructura de conducción del drenaje es insuficiente.
- De acuerdo con la Comisión Estatal del Agua se cumplen con las normas de operación en la principal planta de tratamiento de aguas residuales, por lo que las mediciones de DBO5 se encuentran dentro de la norma. El Sistema de Agua

Potable y Alcantarillado del Municipio de Cuernavaca carece de reactivos para medir DBO5 del agua tratada.

- La topografía de la ciudad de Cuernavaca y la falta de tanques de regulación obligan a bombear directamente de los pozos a la red de distribución, lo que provoca un alto consumo de energía.
- El consumo total de energía es afectado por la gran utilización de ésta, en el suministro de agua potable de la ciudad de Cuernavaca.
- La Secretaría de Desarrollo Sustentable del Gobierno del Estado de Morelos tiene una red de monitoreo de la Calidad del Aire.
- En Cuernavaca opera una estación automática de monitoreo de gases con analizadores de monóxido de carbono, ozono, óxidos de nitrógeno y dióxido de azufre. Cuenta con una estación manual de partículas suspendidas totales. No se detectaron datos sobre emisiones de dióxido de azufre.
- La contaminación generada por un parque vehicular en mal estado y automóviles de turistas que incumplen con el programa de verificación vehicular son los problemas que afectan la calidad del aire en Cuernavaca.
- Actualmente los programas de Monitoreo Atmosférico y de Verificación Vehicular operan para solucionar la problemática actual.
- El municipio cuenta con la tecnología necesaria para realizar mediciones de la calidad del aire. La gran afluencia de visitantes los fines de semana y los congestionamientos en la zona del Centro Histórico generan una gran contaminación del aire.
- A principios de año, la generación de basura promedio diaria era de 507 toneladas, en la actualidad se registran 520 toneladas. La generación de basura por turista diariamente es de 2.83 kg. diarios en promedio. La mayor afectación a la imagen urbana por contaminación de la basura se percibe los lunes. El 70% de la basura que se genera es recolectada. El municipio tiene 86 vehículos para la recolección, sin embargo, de éstos solo se utiliza el 30% porque el 70% restante está en mantenimiento. La falta de unidades en condiciones mecánicas óptimas impide tener un sistema eficiente de recolección. El municipio requiere de 49 vehículos para llevar a cabo la labor de recolección. Se estima que el 30% de la basura de la basura generada es depositada en barrancas y terrenos baldíos.
- El manejo y disposición de los residuos sólidos es medular en el contexto del desarrollo sustentable del municipio. Se estima que el 30% de la basura generada no es reciclada, depositándose principalmente en las barrancas y tiraderos clandestinos. Durante los fines de semana la problemática de recolección se

agrava, por la llegada de turistas y habitantes con segundas residencias. El municipio carece de equipos y camiones necesarios para realizar una recolección eficiente.

- Debido al bajo nivel socioeconómico y cultural de la población que habita en las zonas de las barrancas resulta difícil controlar el manejo y disposición de la basura en estos sitios.
- En materia de Programas de Educación Ambiental, el Ayuntamiento de Cuernavaca ha desarrollado una gran actividad en torno al tema de la educación ambiental, en los ámbitos educativo, social y privado.
- El Ayuntamiento de Cuernavaca a través del Departamento de Educación Ambiental imparte pláticas y talleres en educación media básica, media superior y profesional.
- A pesar de los esfuerzos de proteger los ecosistemas de Cuernavaca con la creación de reservas ecológicas, los bosques y selvas, así como la fauna asociada a ellas, se encuentran en proceso acelerado de deterioro y con una tendencia que se advierte difícil de detener en el corto plazo. Los cambios de uso de suelo ocasionado por la tala de los bosques y las selvas para el uso urbano además de la quema de bosques y selva para la apertura de terrenos para uso agropecuario, ha reducido las áreas de forestales sujetas a conservación; conjuntando a esta situación se tiene la problemática de contaminación ambiental ocasionada por la falta de manejo óptimo de los residuos, incrementando la generación de basura, la cual se depositan a cielo abierto en tiraderos clandestinos.
- El estatus de la calidad de los recursos naturales para Cuernavaca es de baja conservación en el 90% territorio, es decir, donde existen actividades antropogénicas, lo que le otorga su calidad de pobreza ecológica. Al norte de Cuernavaca donde se encuentra el Corredor Biológico Chichinautzin, se considera un sistema frágil, por ser más susceptibles a cualquier cambio en su estructura ecológica, con consecuencias severas a los demás elementos naturales como suelo y vegetación.
- El Corredor Biológico Chichinautzin se encuentra sujeta a una presión continua provocada por los efectos de tala inmoderada, extracción ilegal de tierra, la ampliación de la frontera agrícola, la invasión de predios para la construcción de viviendas y la cacería furtiva.
- El crecimiento demográfico y el cambio de uso de suelo del forestal al urbano, ha reducido dramáticamente las superficies forestal y de agricultura temporalera. La deforestación y la ocupación urbana han incrementado la erosión del suelo por arrastre del agua pluvial.

- La falta de apoyos institucionales y sistemas tecnificados de irrigación han provocado que de manera gradual, se abandone el campo, apareciendo con mayor frecuencia tierras abandonas que son ofertadas a los especuladores urbanos.
- El alto costo del suelo y la especulación del mismo han provocado la ocupación del suelo agrícola de alta productividad, así como de parte de áreas naturales protegidas, lo que provoca desajustes en el medio biológico.
- La proliferación de asentamientos irregulares y fraccionamientos de fin de semana que no cuentan con sistemas tecnificados para el tratamiento de sus desechos sólidos y líquidos, han provocado contaminación en los escurrimientos naturales que atraviesan la conurbación, así como a los mantos freáticos que abastecen de agua potable a la población.
- La mancha urbana ha incrementado de manera importante su superficie en los últimos años, ocupando áreas forestales, agrícolas y zonas grandes pendientes que dificultan la urbanización, provocando que la corteza terrestre sea ocupada por recubrimientos no naturales (vivienda y pavimentos impermeables) provocando cambios en el clima por la falta de áreas verdes y vegetación.
- En Cuernavaca, la zona baja caducifolia casi ha desaparecido en su totalidad por la ampliación del área urbana y la agricultura de riego, la vegetación nativa ha sido sustituida por plantas introducidas y en los alrededores de esta región la selva se encuentra alterada.
- En los bordes de las barrancas y la periferia del municipio de Cuernavaca existen riesgos de deslizamientos de grandes masas de tierra sobre construcciones localizadas en estas zonas, localizándose riesgos por la acción de suelos inestables en forma generalizada.
- Cuernavaca presenta serios problemas de contaminación de ríos y barrancas, así como de sus mantos freáticos, debido a la falta de sistemas de drenaje y alcantarillado en mucho de los asentamientos irregulares que se establecieron en los últimos 20 años. La mayoría de estas colonias altamente densificadas, descargan sus aguas negras directo al subsuelo y/o en los arroyos canales pluviales sin ningún tratamiento previo.
- Debido a que el agua de manantiales que se usaba para irrigar campos agrícolas, se usa para abastecer a la población urbana, son más las tierras que se riegan con aguas residuales de uso urbano, generando la contaminación de los suelos agrícolas con materiales fecales y bacterias peligrosas para la salud.
- Existe una sobreexplotación de las aguas subterráneas en el acuífero Cuernavaca, lo que provocará el agotamiento del mismo y el desabasto del vital líquido en un futuro cercano.

- La problemática de una estructura vial saturada, la falta de planeación del transporte público y el incremento de vehículos que se ha generado en los últimos años, provoca velocidades de traslado lentas con mayor gasto combustible, generando incremento en los contaminantes atmosféricos. La problemática ambiental afecta a la atmósfera (consumo de combustible) y contamina el suelo como el agua (fugas de aceite y gasolina).

Derivado de todo lo anterior, resulta fundamental impulsar el tema de la ecología y medio ambiente, debido a que permitirá hacer del turismo un sector con desarrollo sustentable, es decir, amigable, respetuoso del medio ambiente y de los recursos naturales. Si no se genera una conciencia social de la importancia del cuidado al medio ambiente, la estrategia de impulso al desarrollo sustentable del turismo estaría incompleta y lo más probable es que fracase.

El turismo sustentable en Cuernavaca en su sentido más puro, es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que contribuyen a generar ingresos y empleo para la población local.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), con base en la definición de desarrollo sustentable establecido por el Informe Brundtland, afirma que: el desarrollo del turismo sustentable responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.

Según la OMT, los principios que definen el turismo sustentable son:

- Los recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios.
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales.
- La calidad ambiental se mantiene y mejora.
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial; y
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

Estas características hacen al turismo sustentable una herramienta estratégica de desarrollo económico local.

Para la administración del turismo sustentable en Cuernavaca es una prioridad, debido a que la afluencia de visitantes extranjeros como nacionales que visitan puntos clave es cada vez mayor, y se debe contar con una administración que tenga

soluciones reales y efectivas para poder dar abasto con la cantidad de turistas que se movilizan año tras año a Cuernavaca.

La preocupación del Municipio por poder mantener en armonía el medio ambiente, y el turismo que ingresa, ha hecho que se implementen mejoras prácticas de turismo sustentable, tanto en los hoteles interesados como los pobladores que de una u otra forma su subsistencia dependen del turismo, existen un gran número de organizaciones que tienen interés en brindar una correcta practica de recursos, y por supuesto tratar de cambiar, ayudar en el comportamiento social, económico, cultural y en el medio ambiente también.

Es importante señalar que las bases del turismo sustentable en México se encuentran La Carta del Turismo Sostenible la cual fue redactada en el marco de la Conferencia Mundial del Turismo Sostenible que se celebró en Lanzarote, Islas Canarias (España), en abril de 1995.

En el marco de dicha carta y con el apoyo de diversos Ministerios del Medio ambiente a nivel internacional se establecen 10 recomendaciones para un turismo sustentable en México y en el Mundo, dichas recomendaciones son:

- Al planificar su viaje, elija aquellos proveedores que le ofrezcan garantías de calidad y de respeto a los derechos humanos y al medio ambiente.
- Utilice los recursos naturales, como el agua y la energía, con moderación. Recuerde que son bienes escasos
- Trate de minimizar la generación de residuos. Son una fuente de contaminación.
- Cuando tenga que deshacerse de un residuo, hágalo de la manera más limpia que le facilite su lugar de destino.
- En un espacio natural procure que la única huella que deje atrás sea la de su calzado.
- Al comprar regalos y recuerdos busque productos que sean expresión de la cultura local, Favorecerá la economía de los pueblos que le acogen y la diversidad cultural.
- No adquiera flora y fauna protegida por el Convenio de Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES), ni productos derivados de dichas especies. Es un delito y contribuye a su extinción.
- En su destino disfrute conociendo la cultura, costumbres, gastronomía y tradiciones de las poblaciones locales. Respételas y acérquese a ellas, tiene mucho que contarle.
- Trate de contribuir con su presencia al desarrollo del turismo responsable y sostenible, construyendo con su viaje un planeta más saludable y solidario.

La importancia de fomentar el turismo sustentable en Cuernavaca deberá radicar en evitar prácticas que genera el turismo convencional en detrimento al medio ambiente, a continuación se presentan algunos de los impactos negativos producidos por el mismo.

- a) Turismo y vegetación. La vegetación es en ocasiones, uno de los atractivos que posee un determinado sitio turístico, ya sea por su magnitud, su belleza, su rareza, etc. pero diversas actividades turísticas tienen influencia sobre la misma.
- b) Turismo y calidad del agua. Muchos estudios mencionan la contaminación del agua y su calidad. Los problemas están asociados al abastecimiento, a la calidad para el consumo y para la realización de actividades recreativas (albercas)
- c) Turismo y calidad del aire. Excepto en ocasiones muy específicas no registran impactos significativos, la mayoría de ellos, se vincula sobre todo al aumento en el nivel de ruidos de determinadas áreas puntuales, por la mayor circulación de vehículos particulares o por el aumento en el tráfico aéreo en lugares cercanos a los aeropuertos.
- d) Turismo y fauna. La caza, la contemplación y la fotografía de especies son actividades turísticas importantes que generan diferentes niveles de impacto. La medición de los efectos causados por las perturbaciones generadas a las mismas, como la extinción de especies no está documentada en términos generales: se centra básicamente en mamíferos y aves, dejando de lado a otras especies.

Por otro lado, el turismo sustentable incluye el desarrollo de las comunidades locales; hoy por hoy se sabe que el turismo tiene la capacidad de generar desarrollo humano y social para todos los que se relacionan directamente con el sector. Ningún esfuerzo para promover el desarrollo del turismo en Cuernavaca sería suficiente si no tuviera entre sus objetivos estratégicos la integración al desarrollo de las comunidades locales.

El turismo es una actividad económica que tiene el potencial de sacar de la pobreza y mejorar el nivel de vida de éstas, para ello se requiere que las estrategias de política turística se encaminen a lograr este objetivo.

Para atender estos desafíos se deberán instrumentar una serie de medidas, entre las que destacan una normatividad más estricta y la necesidad de elaborar estudios de impacto ambiental pre operativos, para todo proyecto turístico situado en ambientes naturales. Sin embargo, es preciso avanzar hacia metas más ambiciosas, hacia un modelo de mayor complejidad, estructurado a partir de nuevos valores y con un soporte intenso de conocimientos científicos y tecnológicos, un modelo no solamente encaminado a atenuar impactos ambientales, sino que en especial a crear un nuevo umbral del desarrollo, en el que más allá de perseguir la viabilidad de la actividad turística, se busque satisfacer las necesidades de las comunidades, de los turistas y de quienes operan negocios con un criterio de sustentabilidad.

Es necesario reconocer que el turismo en su modalidad ecológica puede contribuir a la valorización de la naturaleza de Cuernavaca, a través del Turismo Comunitario, el cual se caracteriza por fomentar una nueva actitud del turista frente a las comunidades y su entorno natural, que implica una valoración ética de la misma y la preocupación por su conservación, una utilización distinta del tiempo libre, que

demanda servicios más personalizados y que se refleje en beneficios para la comunidad anfitriona.

El turismo comunitario en Cuernavaca es un terreno fértil, que cuenta con un alto potencial de visitantes en espera de ofertas apropiadas a sus expectativas.

Con ello se busca que el patrimonio natural y cultural de las comunidades rurales Cuernavaca puedan revalorarse y convertirse en un atractivo turístico de *primer orden*, al mismo tiempo que el turismo funcione como un medio para resolver los problemas de la preservación, conservación, protección y restauración de ese entorno, apoyado tanto en el incremento de la afluencia de visitantes como de los ingresos por ésta.

Se debe apostar apuesta por un turismo sustentable donde no solo se obtenga beneficio económico, sino que, ante todo, se cuide el medio ambiente. Este modelo de turismo sustentable ha ido adquiriendo mayor importancia con el paso del tiempo, esto debido a la creciente preocupación por generar un desarrollo sustentable que permita a las futuras generaciones el disfrute de recursos similares a los que actualmente aprovechamos.

El turismo comunitario en Cuernavaca puede ser uno de los elementos generadores del cambio en los patrones de las relaciones sociales, en función de las ofertas que sea capaz de generar.

Contar dentro de Cuernavaca con actividades planeadas bajo esquemas de diversificación de ofertas y destinos alternos, es estimular las inquietudes intrínsecas de los habitantes de la entidad, en función de sus necesidades de exploración y búsqueda de nuevos conocimientos y experiencias.

Entre otras razones es por esto que el turismo sustentable en Cuernavaca debe ser prioritario tanto, para el gobierno estatal, municipal, empresas y la población en general.

En términos generales, el propósito central del turismo en Cuernavaca debe ser aprovechar de manera sustentable los recursos naturales e históricos, poniendo en valor los recursos, y aprovechar el valor social del turismo que es la generación y mantenimiento de empleos. Así el valor del turismo para la economía de Cuernavaca es la capacidad de generación de empleos que tiene, pero para aumentar su potencial requiere contar con inversiones que garanticen su viabilidad en el futuro.

Potenciar el impacto socioeconómico del turismo para propiciar el desarrollo regional, asegurando que el desarrollo turístico de la entidad se de en equilibrio y armonía entre la inversión, la comunidad y el medio ambiente elevando la calidad integral de los productos y servicios turísticos. Asimismo, se requiere propiciar condiciones para el desarrollo sustentable del turismo en el municipio.

Establecer las bases para el desarrollo sustentable de los atractivos y sitios turísticos de Cuernavaca que cuentan con belleza natural y riqueza cultural e histórica y que sean susceptibles de recibir flujos turísticos para que mediante su puesta en valor, aprovechen los beneficios socioeconómicos que genera la actividad turística.

Asegurar que el desarrollo y crecimiento de la actividad turística se base en procesos de planeación, involucrando a otras instancias de gobierno, al sector empresarial y a las comunidades.

Por último, el desarrollo sustentable de Cuernavaca requiere de consolidar y dar seguimiento a los trabajos para la adopción de la Agenda 21. Además se requiere gestionar el mejoramiento de la infraestructura básica, de la infraestructura social así como el mejoramiento de los servicios públicos.

4. Formación y Certificación

El concepto de Competitividad surge de la teoría de las ventajas comparativas, relacionado directamente con el inventario de recursos turísticos con que cuenta un destino, como el clima, paisaje, riqueza cultural y distancia de recorrido desde sus principales polos emisores de turistas.

Sin embargo, este concepto ha migrado hacia un enfoque basado en la ventaja competitiva determinada por un grupo de factores que comprende desde los niveles de precio hasta la estructura del sector turístico, la gestión de sus empresas y las características del entorno donde estas operan. Por ello, que la capacidad para competir de las empresas turísticas se fundamenta en su interacción con otras empresas relacionadas y el entorno en el que operan, que les permite generar la Experiencia de Viaje.

La sobrevivencia de las empresas, en un entorno de continuos y vertiginosos cambios, depende principalmente de su capacidad de adaptación y su destreza para enfrentar el aumento de la intensidad y diversidad de la competencia. El logro del éxito, por tanto, les obliga a mantenerse en constante adaptación frente a las variaciones del medio, convirtiéndose, la competitividad empresarial y profesional, en los criterios económicos por excelencia que deben orientar y evaluar el desempeño.

La Secretaría de Turismo Federal, a través del Compendio Estadístico de Turismo en México registra que existen 542 empresas relacionados con el turismo en Cuernavaca. La mayor parte de la oferta se compone de establecimientos de alimentos y bebidas (48.2%), seguido del hospedaje (22.3%), agencias de viajes (13.1%), bares (8.5%), cafeterías (3.1%), discotecas y centros nocturnos (2.6%), empresas arrendadoras de automóviles (1.8%) y campos de golf (0.4%). No tiene Centro de Convenciones.

Cuernavaca: Establecimientos relacionados con el sector turístico. (2001-2012)

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Hoteles	82	86	95	68	111	118	118	102	102	133	121	121
Restaurantes	376	391	233	422	300	285	290	300	300	495	284	261
Bares	31	28	31	31	31	31	31	47	50	123	46	46
Cafeterías	30	35	41	45	48	43	50	50	50	57	17	17
Discotecas y centros nocturnos	13	14	14	14	14	14	14	13	14	14	14	14
Agencias de Viajes	42	45	45	45	49	58	42	71	71	71	71	71
Empresas arrendadoras de automóviles	6	6	6	6	7	8	7	15	15	15	14	10
Campos de Golf	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Centro de Convenciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Balnearios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	582	607	467	633	562	559	554	600	604	910	569	542

Fuente: Elaborado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México. (2012) /p.

La competitividad se refiere a la habilidad de una empresa o profesional para desarrollar y posicionarse en una parte del mercado, sostenerse a lo largo del tiempo y crecer continuamente. Se basa, fundamentalmente, en la creciente y sistemática innovación e incorporación de conocimientos en la organización, para responder eficazmente a los desafíos (internos y externos) y mantener sus ventajas comparativas.

El diagnóstico revela que las empresas enfrentan problemas para contratar personal debidamente capacitado, y los sueldos que ofrecen éstas son bajos. Debido a esto, los mejores se ven en la necesidad de emigrar del estado.

En la mayoría de las empresas no se utilizan técnicas de administración modernas, ésta se basan más bien en la experiencia e intuición.

Asimismo, existe un bajo nivel en la calidad del servicio de algunos prestadores de servicios turísticos, no existe un centro de distribución o mercado de abastos que resuelva los problemas de proveeduría de los empresarios del sector, bajo nivel de innovación y desarrollo, falta de una cultura de servicio al turismo, escasa vinculación con instituciones de educación superior, falta de capacitación para ofertar productos, falta de concientización, educación y capacitación turística y ambiental, escasos recursos federales y estatales para atender las demandas y requerimientos en materia de capacitación de Cuernavaca, escasa certificación de los prestadores de servicios turísticos y guías locales y especializados, capital de trabajo mal utilizado, deficientes habilidades gerenciales, problemas con la calidad.

Las consecuencias de la falta de capacitación significan costos que se pueden manifestar en pérdidas efectivas de tiempo, dinero, recursos y productos o en oportunidades de beneficio no aprovechadas. Consideremos los siguientes datos a nivel general:

- La gente sin capacitación tarda hasta seis veces más en realizar su trabajo, que una persona capacitada y motivada.
- La capacitación mejora la retención. En aquellas empresas en las que no hay capacitación de ningún tipo, 41% de las personas quieren irse. En aquellas en las que sí la hay, sólo 12% busca irse. (Louis Harris and Associate Poll).
- Un estudio longitudinal realizado por la American Society of Training and Development muestra que las empresas que invierten \$1,500 dólares en capacitación por empleado, comparado con aquellos que invierten \$125, experimentan, en promedio, un aumento del 24% en margen de ganancia y 218% mayor productividad por empleado.
- Los países que más invierten en capacitación, son los más competitivos. México, que invierte poco en capacitación, está en el lugar 53 de competitividad. (The Global Competitiveness Report, 2012-2013).

Para mejorar la competitividad turística se requiere impulsar acciones y campañas de Cultura Turística para los prestadores de servicio y para todos los ciudadanos.

Asimismo se requiere de la coordinación de esfuerzos para motivar la capacitación técnica de los prestadores de servicios turísticos. Propiciar la formación de recursos humanos para el turismo, impulsar la modernización de las empresas turísticas.

Promover la adopción de sistemas de certificación de la calidad turística como el Distintivo M y el Distintivo H. Adoptar y difundir herramientas de gestión de calidad y fortalecer la generación y análisis de encuestas de grado de satisfacción del turista.

Para ampliar la cobertura de los servicios de información y asistencia turística se requiere asegurar la producción y distribución masiva de material de información de rutas, productos y servicios. Generar instrumentos para fortalecer la operación y cobertura de los módulos de información turística. Impulsar la dotación de señalización carretera, vial y turística hacia y dentro de los principales destinos, servicios y atractivos turísticos del estado y gestionar la adopción de medidas que permitan incrementar los niveles de seguridad y la percepción de seguridad en los destinos turísticos de Morelos.

Atendiendo las necesidades del sector turístico referentes a la profesionalización y el desarrollo de la competitividad empresarial en el Municipio de Cuernavaca, se deberá implementar un Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística Municipal, el cual se define como un instrumento de gestión, cuya finalidad es aportar a la competitividad turística del Municipio, con metas de capacitación claramente expresadas, a lograr con procesos estandarizados y controlables, que ejecutan las unidades responsables optimizando recursos compartidos en un ejercicio anual.

Con este programa, el Municipio en coordinación con la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado y en conjunto con la Secretaria de Turismo Federal, deberán establecer los mecanismos para conjuntar esfuerzos y recursos, con la finalidad de fortalecer la competitividad de Cuernavaca de manera integral en sus diferentes niveles sistémicos con acciones de capacitación.

La mejora de la competitividad es fundamental para lograr mayores niveles de desarrollo económico, ambiental y social. Está asociada con la capacidad de participar exitosamente en mercados nacionales e internacionales, la generación de valor agregado y la creación de empleo, entre otros factores. Para ello la inversión en capital humano se significa por ser un elemento fundamental para la creación y sostenimiento a largo plazo de ventajas dinámicas, ofreciendo un amplio potencial de desarrollo.

Para entender el beneficio de la implementación del Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística Municipal a los servicios turísticos, es necesario conocer la naturaleza de estos, ya que a diferencia de los productos, los servicios son intangibles, son difíciles de presentarse o explicarse, no se pueden inventariar, por ejemplo en el caso de un Hotel, las habitaciones no se pueden almacenar, devolverse o reintegrarse; una habitación que no vendió ya jamás lo

podrá hacer, no pueden devolverse cuando el cliente no queda satisfecho, el cliente es coproductor del servicio y en algunas ocasiones puede llegar a afectar a otros.

La satisfacción del cliente depende de muchos factores incontrolables como el estado de ánimo de este, son sentimientos que influyen sobre las percepciones y las evaluaciones de las experiencias de la gente, por ejemplo: si una persona tiene un buen estado de ánimo favorecerá el éxito en los encuentros de servicio, mientras que si tiene mal humor, verá negativamente su experiencia y pondrá objeciones al servicio recibido.

El desafío en la industria es entender las necesidades de los clientes, proponer nuevos e innovadores servicios y productos que cumplan con las promesas que se establecen con los clientes. Es por eso que el desarrollo y la implementación del programa en el municipio, dará beneficios al sector de manera:

General

- Incrementando la productividad y calidad del trabajo en las empresas turísticas,
- Conduciendo a una rentabilidad más alta y actitudes más positivas por parte de los prestadores de servicios,
- Contando con prestadores de servicios que tengan el nivel de competencia laboral que el sector requiere,
- Formando, actualizando y mejorando el recurso humano,
- Reduciendo la rotación de personal, y
- Elevando la competitividad de los destinos y empresas para garantizar la experiencia del destino.

Directa a la sociedad

- Desarrollando habilidades y competencias de la población,
- Atenuando la desigualdad social,
- Disminuyendo la tasa de desempleo,
- Con mayor crecimiento económico,
- Con mayores oportunidades, y
- Mejorando la competitividad a nivel local, nacional o internacional.

5. Accesibilidad e infraestructura (Instalaciones y Servicios)

La competitividad de Cuernavaca depende en gran medida del desempeño económico, institucional, condiciones sociales y físicas, que se apoyarán en el desarrollo sostenido y sustentable de su infraestructura, equipamientos, servicios y sistemas urbanos no solo en su contexto regional sino esencialmente dentro de los centros de población.

Actualmente, Cuernavaca presenta niveles de cobertura de infraestructura y servicios bajos, por lo de seguir con esta situación, continuará presentando condiciones difíciles para impulsar su desarrollo en un mundo altamente competitivo, en donde a mayor dotación de infraestructura urbana, mayor absorción de los nuevos empleos que se generan en una economía.

Con mejores niveles de cobertura y mayor calidad de los servicios, del equipamiento, de la infraestructura y de la imagen urbana, Cuernavaca podrá ser capaz de insertarse en las nuevas dinámicas competitivas del entorno económico regional, estatal y nacional, con el fin de generar mayores oportunidades económicas y un mejor nivel de calidad de vida de su población.

Actualmente, la demanda de los servicios básicos ha disminuido, sin embargo este problema sigue persistiendo, principalmente por el incremento de nuevas viviendas que son construidas en lugares donde aún no llegan estos servicios.

En lo que respecta a la explotación, distribución y consumo del agua, Cuernavaca presenta diversos problemas, que se deben principalmente a la carencia y deficiencia que presenta la infraestructura hidráulica, aunada a la ausencia de regulación, concesión y operación de pozos de abastecimiento.

No se cuenta con más plantas de tratamiento de aguas residuales, por lo que las descargas de los colectores generales se hacen directamente a ríos y barrancas naturales, mismas que en tiempo de lluvias se enzolvan y ocasionan daños no solo en el ambiente, sino también a nivel salud.

En lo que respeta al servicio de energía eléctrica, en Cuernavaca se tiene una cobertura del 95.65%, por lo que la cobertura es satisfactoria en comparación con otros servicios de infraestructura. Cuenta con un alto nivel de dotación de energía eléctrica y alumbrado público, lo que garantiza el desarrollo de las actividades económicas y sociales, llegando su cobertura e inclusive a los asentamientos irregulares que han ido surgiendo en los últimos años.

De acuerdo al análisis de la infraestructura vial de Cuernavaca se identificaron algunas situaciones que complican y dificultan el adecuado funcionamiento de la red vial:

- a) Los ejes viales carecen de continuidad y no se cubre de manera satisfactoria a algunas zonas urbanas debido a que las viabilidades no se encuentran en estado óptimo.
- b) Tiempos de recorridos elevados en comparación con las distancias de desplazamientos por la situación de las viabilidades, mal servicio de transporte y la falta de salida de Temixco a Cuernavaca.
- c) Falta de control de tránsito.
- d) La señalización (vial, informativa, turística) se encuentra en malas condiciones y en algunos casos es nulo.
- e) Falta de semáforos así como semáforos obsoletos.
- f) Mejoramiento y ampliación de viabilidades debido a que se encuentran en mal estado y en muchos casos cuentan con dos carriles sin acotamiento.
- g) Accesos a propiedades en vías de circulación continúa.
- h) Circulación de vehículos pesados por vías inapropiadas para ello.
- i) Ruptura de pavimentos para introducir servicios públicos subterráneos.
- j) Desarrollo urbano emplazado junto a ejes viales.

El aprovechamiento integral de los recursos y atractivos turísticos de Cuernavaca se ve limitado por las deficiencias y, en muchos casos, la inexistencia de un adecuado sistema de señalización turística de recursos, atractivos y destinos. Por tanto, se hace necesario diseñar, desarrollar e implantar un sistema de señalización turística integral, homogéneo, coherente, atractivo y entendedor, especialmente en aquellas áreas del territorio en que exista un movimiento significativo de turismo independiente que se traslada preferentemente en vehículo particular. Y todo esto deberá hacerse en estrecha cooperación entre el sector público y el sector privado. La implantación de un buen sistema de señalización turística es imprescindible para los destinos donde el turismo es una parte importante del desarrollo económico y socio-cultural, y el hecho de tener un buen sistema de señalización es sinónimo de tener una visión amplia y adecuada de las necesidades del sector y de los residentes, turistas y visitantes que se desplazan por el territorio de Morelos.

El turista requiere información para llegar a los distintos atractivos que ofrece Morelos, por ello es crucial contar con una adecuada infraestructura de señalización turística. Los recursos destinados a ésta son insuficientes, por lo que se debe lanzar un proyecto para contar con señalización turística, así como un sistema de información turística adecuado para hacer llegar al turista a los distintos atractivos que le ofrece el estado.

La falta de mantenimiento y el mal estado físico de las carreteras contribuye a crear conflictos viales, así como la creación de nuevas viabilidades que no cumplen con la normatividad correspondiente. El flujo de camiones de carga y transporte público ocasionan conflictos ya que los cruceros no cuentan con las características necesarias para las maniobras de estos vehículos.

El uso incontrolado del automóvil daña la salud de los habitantes, que sufren el ruido y la contaminación, y contribuye al agotamiento de energías no renovables y a las emisiones de gas de invernadero. Para garantizar la accesibilidad y mejorar las

condiciones de vida de la población es necesario limitar el uso del automóvil y dar prioridad al transporte público, a los peatones y a los ciclistas.

Un gran porcentaje de la estructura vial de Cuernavaca se encuentra pavimentada, predominando el asfalto, el concreto y la carpeta asfáltica y en menor proporción se encuentra el empedrado.

La estructura vial de Cuernavaca presenta una problemática muy particular, debida a las características topográficas de la ciudad, la cual se localiza en el pie del monte de la cordillera del Ajusco-Chichinautzin y se encuentra cruzada por innumerables barrancas con trayectoria norte-sur, siendo las más importantes la de Amanalco, Chiflón de los Caldos, Ahuatlán, Tetela, San Pedro, Alameda, Grande de Chamilpa, y El Empleado.

Cuernavaca cuenta con un sistema de transporte urbano y suburbano a nivel regional y su conexión con los principales centros urbanos. La problemática en la prestación de dicho servicio radica en la falta de unidades de un mejor servicio a los pobladores de Cuernavaca.

El transporte utilizado para acceder a las zonas urbanas, se clasifica en: transporte aéreo, transporte urbano, transporte suburbano y sitios de taxis.

El servicio de transporte público de pasajeros con itinerario fijo (colectivos) cuenta con más de 2,500 unidades atendidas por 29 organizaciones de transportistas que cubren el 100% del territorio de Cuernavaca y zona conurbada.

Las líneas de autotransportes foráneo federal de pasajeros son operadas por siete empresas cuyas terminales se encuentran ubicadas en el primer y segundo cuadro de la ciudad de Cuernavaca, acrecentando el problema de congestionamiento vial especialmente sobre las Avenidas Álvaro Obregón, Morelos y Plan de Ayala, por lo que respecta a la Conurbación no existen terminales que cumplan con la normatividad vigente paradas sobre las avenidas y puntos estratégicos de los mismos.

El aeropuerto de Cuernavaca, Mariano Matamoros, fue construido por el Gobierno del Estado entre 1986 y 1989, con recursos propios y con asesoría del Gobierno Federal, durante ese último año el aeropuerto fue incorporado en la red de Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA). En 1994 se iniciaron las operaciones comerciales regulares de tipo doméstico, con aeronaves tipo DC-9, B-727-100 y B-727-200 y en el año 2003 operaron aeronaves del tipo MD80 y Fokker 100.

Este aeropuerto está situado en la carretera Acatlipa-Tetlama Km 5, en el municipio de Temixco - aproximadamente 16 Km de Cuernavaca. Su infraestructura actual permite operar naves B727-300/500 así como movilizar 240 pasajeros por hora, equivalente a 1.05 millones de pasajero al año; sin embargo, esto es el 50 por ciento de su capacidad operativa de 2.1 millones. Lo anterior ya que se tiene terreno e infraestructura limitada.

El camino de acceso al aeropuerto parte del sitio denominado “El Polvorín”, en el Km 104+800 de la Autopista del Sol, hasta la caseta “Aeropuerto” administrada por CAPUFE. La distancia de la caseta al aeropuerto es de 5 Km hasta llegar al pueblo de Tetlama, los últimos 800 Mt del camino de acceso se desarrollan como una calle de una zona semi-urbana, por lo que es necesario cruzar el pueblo para acceder a la colonia “Aeropuerto”. El aeropuerto se encuentra atendiendo actualmente cerca de 240 pasajeros por hora, aún cuando su capacidad es aproximadamente el doble. Se está trabajando en acondicionar espacios y mejorar los existentes, ya que actualmente los pasajeros deben esperar sin una sala de prea bordaje e ir directamente a la sala de última espera sólo unos minutos antes de su despegue.

En cuanto a los servicios periféricos, el aeropuerto cuenta con transporte terrestre en sus diferentes modalidades (renta de vehículos, servicio pullman y de taxis) además de un estacionamiento.

En cuanto a las aerolíneas regulares, hasta 2005 se contaba con aerolíneas internacionales, sin embargo, la empresa se fue a quiebra lo que causó un cierre parcial del aeropuerto, y más aún, la utilización de espacios para albergar a los equipos ociosos –actualmente representa un problema de espacio ante la incapacidad de movilizar el equipo dado el proceso de quiebra que enfrenta dicha empresa. Sin embargo el aeropuerto entró a la nueva era de las aerolíneas de bajo costo (Low cost) y con ello busca reposicionar su lugar dentro de la red metropolitana de aeropuerto. Lo anterior ya que a partir de 2006 comienzan sus operaciones las aerolínea Avolar y en 2007 Viva Aerobús; ambas con rutas al norte del país, principalmente a Tijuana y Monterrey.

Durante el 2012, el Aeropuerto de la Ciudad de Morelos recibió 199 vuelos, 24.12 por ciento menos que el año anterior. Del total de vuelos, el 100 por ciento fueron nacionales regulares. Los vuelos nacionales han experimento una tendencia negativa, con una tasa de crecimiento anual de -17.16%.

Llegada de Vuelos Nacionales e Internacionales al Aeropuerto de Morelos. (2000-2012 p/)

Concepto	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012p/
Cuernavaca, Mor. 1/	1,331	1,468	1,380	851	318	30	233	808	771	0	41	152	199
Nacionales	1,331	1,468	1,380	851	318	30	233	808	771	0	41	151	199
Internacionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Regulares	1,331	1,468	1,380	851	318	26	230	795	771	0	40	151	199
Nacionales Regulares	1,331	1,468	1,380	851	318	26	230	795	771	0	40	151	199
Internacionales Regulares	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Charters	0	0	0	0	0	4	3	13	0	0	1	1	0
Charters Nacionales	0	0	0	0	0	4	3	13	0	0	1	0	0
Charters Internacionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0

1/ A partir del año de 1994 se incorporan a la red aeroportuaria de Aviación Comercial "A"

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR Federal, 2012 /p.

El número de pasajeros a Morelos ha experimentado altibajos crecientes y decrecientes durante el período del 2000-2012, con una tasa media de crecimiento anual negativa del 4.81 por ciento. En el año del 2012 registró una cifra de 22,975 pasajeros, de los cuales el 100% fueron nacionales.

Llegada de Pasajeros Nacionales e Internacionales al Aeropuerto de Morelos. (2000-2012 p/)

Concepto	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012 p/
Cuernavaca, Mor. 1/	40,351	38,424	49,080	27,191	15,286	1,617	15,090	63,251	40,630	0	4,311	15,810	22,975
Nacionales	40,351	38,424	49,080	27,191	15,286	1,617	15,090	63,251	40,630	0	4,311	15,792	22,975
Internacionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	0
Regulares	40,351	38,424	49,080	27,191	15,286	1,535	14,995	63,054	40,630	0	4,278	15,792	22,975
Nacionales Regulares	40,351	38,424	49,080	27,191	15,286	1,535	14,995	63,054	40,630	0	4,278	15,792	22,975
Internacionales Regulares	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Charters	0	0	0	0	0	82	95	197	0	0	33	18	0
Charters Nacionales	0	0	0	0	0	82	95	197	0	0	33	0	0
Charters Internacionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	0

1/ A partir del año de 1994 se incorporan a la red aeroportuaria de Aviación Comercial "A"

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Turismo con datos del Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR Federal, 2012 /p.

Por otro lado, el servicio de recolección de basura, transporte y disposición de basura se encuentra concesionado a empresas particulares. Desafortunadamente, este servicio no cubre la totalidad del área conurbada de Cuernavaca, por lo que se observan deficiencias en cuanto a la recolección, que en ciertas zonas es sólo una vez por semana, por el limitado personal y equipo de transporte. Aunado a la falta de cultura ecológica por parte de la población, que arroja la basura en las calles, barrancas y lotes baldíos, contribuyendo a la contaminación visual y ambiental de la ciudad.

El diagnóstico revela que Cuernavaca requiere de inversiones en infraestructura relacionada con el rescate de la imagen urbana, servicios turísticos, equipamiento, señalización, conectividad aérea y terrestre, entre otras áreas de oportunidad.

La imagen urbana de una ciudad viene determinada fundamentalmente por las características del espacio, así como por los usos y costumbres de su población. En el caso concreto de Cuernavaca, la falta de planeación urbana ha desembocado en un desarrollo urbano multinuclear dispar que ha generado cambios en el uso del suelo, la transformación y alteración de edificaciones, la concentración del tráfico de vehículos y dificultades de circulación e incremento de la contaminación por residuos y emisiones, afectando negativamente la imagen de la ciudad y el entorno que la rodea, lo cual unido a falta de ordenación y mantenimiento preventivo, provocan su deterioro.

Además de las causas genéricas, existen otras particulares que han influido en el deterioro de la imagen turístico de Cuernavaca como son la existencia de mobiliario urbano en mal estado de conservación y poco adaptado al entorno (luminarias,

botes de basura, bancas, etc.), carteles y anuncios espectaculares poco estéticos, presencia de grafiti, deterioro de inmuebles, reducido número de zonas peatonales y de espacios que faciliten el paseo del ciudadano y de turistas, deterioro de parques, plazas y zonas verdes, invasión de calles y banquetas por parte del comercio, descuido de los principales puntos de llegada a la ciudad, entre otros.

El impulso de un destino turístico de Cuernavaca dependerá de la inversión que se haga en el mantenimiento y desarrollo de su infraestructura, ya sea del patrimonio urbano, rural, cultural, o bien, la que corresponde al sector privado.

La inversión requiere de certeza jurídica sobre todo en la tenencia de la tierra, el garantizarla debe ser la labor fundamental del Gobierno del Estado de Morelos.

A pesar de que el turismo representa una actividad económica en ascenso el presupuesto que se le asigna no corresponde con las necesidades de inversión que requiere el sector, si bien es cierto que la mayor parte de la inversión la realizan los privados, también el gobierno local y municipal debe invertir en infraestructura urbana para mantener el atractivo del destino, mantenimiento de monumentos históricos, señalización turística, debe cuidar la calidad del transporte público y el paisaje urbano (que incluye la reglamentación de anuncios espectaculares), entre otros. El gobierno municipal de Cuernavaca tienen la facultad legal de regularizar la apertura anárquica de puestos ambulantes (principalmente en las carreteras) que venden bebidas alcohólicas sin autorización, ello genera una mala imagen urbana y aleja al turismo de mayor derrama, por lo tanto, lo que pudiera ser benéfico para algunas personas en el corto plazo, se convierte en un riesgo para el destino en su conjunto.

Un incremento sustancial en la cobertura y calidad de la infraestructura no se logrará si sólo se consideran los recursos públicos. Es indispensable impulsar esquemas de financiamiento con participación privada, o bien, esquemas de inversión mixtos, con base en el marco jurídico establecido, las reformas a promover y la selección de las mejores alternativas para la realización de cada proyecto.

Para aprovechar el apoyo del gobierno federal y estatal, el Municipio de Cuernavaca debe promover incentivos económicos para impulsar la inversión privada y así echar a andar los proyectos de infraestructura turística que generen desarrollo competitivo y sustentable en la región. Cuernavaca es el destino turístico más importante de Morelos, por lo tanto tiene mucha influencia en la dinámica de operación, estrategia y posicionamiento frente a la demanda.

La importancia de integrar el eslabón de logística e infraestructura es determinante para garantizar el desarrollo del turismo en Cuernavaca. Probablemente, este sea el eslabón en el que el gobierno en sus tres niveles se debe involucrar más activamente, debido al papel que juega como promotor del desarrollo e inversiones relacionadas con carreteras, aeropuertos, ferrocarril, sistema de agua y alcantarillado y telecomunicaciones. La logística e infraestructura de Cuernavaca influye de manera directa en el desarrollo competitivo y sustentable del turismo. Por

ello, se debe promover una eficiente coordinación de esfuerzos entre las dependencias federales, estatales y municipales para canalizar inversiones en infraestructura en las regiones que más lo requieran, lo anterior deberá partir de análisis costo beneficio, los cuales deben considerar el desarrollo humano de los habitantes de la región.

6. Seguridad Patrimonial y Física.

El tema de la seguridad se ha convertido en un tema central y en una gran preocupación para las autoridades, medios de comunicación, y en especial para la ciudadanía, debido a los altos índices en homicidios, robos, la constante violencia que se vive día a día y la percepción general de amenaza en los tres ámbitos de Gobierno en el País.

Los grupos criminales han incrementado su capacidad de fuego, de organización y han desarrollado esquemas estructurados de operación, lo cual dificulta hacerles frente, si no se toman medidas para incrementar la efectividad de los cuerpos de seguridad, evitando una mayor escalada en el desarrollo delictivo.

Es también importante considerar que las instancias responsables de la seguridad y procuración de justicia padecen, en muchos casos, un rezago estructural, operativo y económico, circunstancia que ha buscado aprovechar la delincuencia para infiltrar y corromper, en algunos casos con éxito a elementos de estos cuerpos de seguridad.

La percepción de impunidad, constituye otro factor a considerar como un incentivo para la delincuencia, los beneficios por delinquir se presentan como mayores que los eventuales riesgos de las conductas delictivas, lo que ha promovido como altamente rentable vivir al margen de la ley, esto a su vez ha permitido que en algunos grupos de población las bandas criminales generen una importante base social. Los mecanismos que multiplican sus bases están vinculados a ventajas directas e indirectas de la capacidad económica que generan sus estructuras y con ello obtienen la afinidad social.

Se ha creado una contracultura donde la delincuencia es sinónimo de éxito de vida, de orgullo para muchas personas y peor aún una expectativa falsa para los jóvenes que ven en esta forma de vida una manera fácil para tener acceso a un mejor nivel económico, debemos hacer un frente común para modificar esta percepción, mediante la creación de nuestra propia estructura de desarrollo, siendo firmes en la aplicación de la ley y cooperando con la ciudadanía y las instituciones gubernamentales de todos los órdenes de Gobierno, para ofrecer modelos de vida dignos y rentables apegados a la legalidad.

Muchos de nuestros núcleos familiares y por ende la sociedad, han propiciado la pérdida de valores, el respeto por las personas e instituciones, las reglas de la familia y los límites en general. El municipio de Cuernavaca, Morelos; presenta complejidad en el tema de inseguridad, pues se involucran varios factores particulares como el geográfico, el geoestratégico, el social, el económico, cultural e inclusive el político, lo cual impacta directamente en el desarrollo de las conductas antisociales y debe ser considerado para conseguir efectividad en los esfuerzos de seguridad.

Es necesario no perder de vista como un punto específico de afectación, el fenómeno de la delincuencia organizada en Cuernavaca, que ha tenido momentos álgidos, así como periodos de relativa estabilidad, sin haber sido en ambos casos un tema de percepción negativa por parte de la población, quienes han vivido una época crítica debido a que ante la falta de liderazgo, integrantes de grupos delincuenciales que aglomeraban a varias células, se vuelven antagónicos y buscaron hacerse del control delictivo a base de generar violencia extrema, creando un clima general de inseguridad y propiciando crímenes como la extorsión en todas sus modalidades, el secuestro, robos y en general presionando y afectando a la ciudadanía para hacerse de recursos y financiar estos enfrentamientos que sumieron al Municipio en el temor y desestabilidad general.

En materia de recursos humanos, este tema viene desde administraciones anteriores, ya que se carece del personal suficiente, en todas las áreas, para atender de manera adecuada todas las necesidades de la creciente población de Cuernavaca.

Derivado de la situación general del Ayuntamiento, los recursos que se autorizan a la seguridad ciudadana son insuficientes y si bien se cuenta con parque vehicular e instalaciones propias, hay que reconocer que en ambos casos se encuentran lejos de estar en las mejores condiciones y que ambas son insuficientes para la demanda en servicios y al no estar en estado óptimo, ponen en riesgo tanto la labor efectiva de atención como en algunos casos al personal operativo.

Será de suma importancia retomar los conceptos básicos de convivencia (respeto a las normas, estructuras jerárquicas y límites establecidos) para poder convivir armónicamente en esta nueva sociedad, bombardeada constantemente por información de toda índole, que en muchas ocasiones impacta negativamente en la convivencia social.

En materia de prevención social del delito, será necesario implementar de manera permanente y brindar a la sociedad oportunidades y espacios para el desarrollo de actividades productivas, culturales, deportivas y de sano esparcimiento, donde la población y en especial los niños y jóvenes puedan encontrar ese conjunto social en el que se sientan reconocidos, integrados y desarrollen un sentido de pertenencia, del que actualmente carecemos y es indispensable para el desarrollo armónico de cualquier individuo.

Derivado de la problemática general de seguridad se ha recibido una afectación grave y directa al turismo, al considerarse como una actividad prioritaria de desarrollo en el Municipio, será importante la búsqueda de soluciones y atención directa a las necesidades de este sector, por lo tanto se trabajará en el desarrollo del cuerpo de Policía Turística, que además de contar con las características propias de los elementos de Policía Preventiva, contarán también con conocimientos adicionales que faciliten la atención, seguridad y salvaguarda de los prestadores, comerciantes y demás participantes de las actividades turísticas, habitantes y visitantes de Cuernavaca.

7. Promoción y Comercialización

La ciudad de Cuernavaca carece de marca turística sólida, atractiva y representativa de los valores intrínsecos más representativos del destino. Sin embargo, para efectos de promoción y comercialización del destino está respaldada por otras marcas turísticas paraguas. En primer lugar por la marca turística del Estado de Morelos y su claim: “Morelos es...”; y en segundo por la marca turística nacional: “México”, del Consejo de Promoción Turística de México las cuales son utilizadas en los soportes promocionales tales como: publicaciones, catálogos, folletos, mapas, etc., empleados para dar a conocer el conjunto de destinos del estado de Morelos en los mercados nacional e internacional.

Este elemento de comunicación debe cumplir una serie de requisitos como son: aplicabilidad, notoriedad y facilidad para ser recordada para los turistas actuales y potenciales, y deberá de ir acompañada de su respectivo claim turístico. El nuevo identificador tendrá que ampararse bajo las marcas más utilizadas en la actualidad en los materiales de promoción y comunicación de la ciudad como son: “Morelos es...”, y “México”. Se sugiere contratar los servicios de una empresa especializada en marketing y publicidad que realice el respectivo estudio de marcas, análisis de los valores del destino y diseño de la marca y claim turístico. De igual forma, hacer partícipes a los distintos agentes turísticos del destino para recoger sus aportaciones sobre la nueva marca y manifiesten su conformidad para con la misma al objeto de facilitar su futura aplicación. Para lograr que esta nueva marca y claim turístico generen el posicionamiento deseado de la ciudad que habrá dotarla también de un manual de aplicación y uso que especifique como se puede utilizar, divulgar y reproducir en cualquiera de los medios tecnológicos de comunicación, promoción y comercialización (TV, radio, prensa, folletos, catálogos, videos , etc)

En materia de promoción y comercialización se han emprendido importantes esfuerzos institucionales por comunicar y comercializar el destino Morelos, sin situar a Cuernavaca como principal “puerta de entrada” al Estado. En su conjunto los soportes materiales elaborados tanto en soporte material como en soporte digital (sitios web) se caracterizan por su bajo atractivo y escasa diferenciación. La información que se presta en destino resulta demasiado informal y carece de las infraestructuras adecuadas.

Por otra parte, los soportes promocionales, mapa, directorio y guía turística, muestran una insuficiente calidad técnica y en cuanto a la composición de materiales, ya que contienen muy poca información acerca de la ciudad de Cuernavaca. En este sentido no se presentan elementos diferenciadores de Cuernavaca respecto a otros sitios del Estado, sino que se hace una clasificación con base a las regiones turísticas en las que se encuentra dividido el Estado de Morelos. De ahí que la marca turística estatal no representa adecuadamente los valores y atractivos presentes en la ciudad.

Actualmente el material promocional de Cuernavaca es escaso en ocasiones de baja calidad y poco atractivo, por lo que se requiere el diseño y edición de nuevos

soportes de comunicación tales como: Guía general del destino, plano turístico de la ciudad, DVD promocional y trípticos específicos.

Para el desarrollo del nuevo material promocional es necesario contratar los servicios de una empresa de diseño gráfico y publicidad con experiencia en el sector turístico. Los principales criterios que se deben valorar sobre el material promocional son: el atractivo e innovación en el diseño, la claridad en los contenidos y la calidad y la singularidad de los materiales a utilizar (gramaje de papel, fotografía, etc.) y la comodidad y manejabilidad de los soportes promocionales, y el diseño de mobiliario (estanterías) para la exposición de los materiales.

La identidad visual de un destino turístico es un elemento básico a emplear en el momento que se pretende dar a conocerlo y posicionarlo en los distintos mercados. Así mismo constituye el principal elemento de comunicación, de carácter permanente, que transmite la identidad del destino y permite diferenciarlo de otros competidores.

Asimismo, se ha evidenciado una marcada individualidad en los esfuerzos promocionales que se realizan a nivel empresarial e institucional. La mayoría de las empresas que conforman la oferta turística realizan sus propios esfuerzos de promoción, es el caso de los hoteles que se comercializan por cuenta propia y al margen del destino Cuernavaca. En este sentido, en los hoteles no se proporciona información adecuada acerca del destino, su oferta y actividades de entretenimiento.

Los servicios de información y orientación turística de la ciudad se limitan a la instalación de módulos de información turística, un total de tres, de los cuales uno se encuentra ubicado en la entrada del Museo de la Ciudad, mientras que los otros dos se instalan en otros puntos de la ciudad únicamente en temporada de vacaciones. La estética de los módulos es homogénea pero poco atractiva y funcional. Existe también una oficina de información turística municipal ubicada en los bajos del mismo Museo, lugar poco idóneo para este servicio. En este sentido, se hecha en falta la existencia de una oficina de información turística de ubicación permanente en el Centro Histórico.

En cuanto a la prestación del servicio de información turística por parte del personal asignado en los módulos este es muy limitado. Los informadores carecen de uniforme y acreditaciones y se limitan a proporcionar al visitante el material promocional sobre distintos recursos. No parece que disponga de una estrategia de servicio que enriquezca la experiencia del turista.

Las oficinas y módulos no realizan labores de investigación de demanda, de forma que se carece de un registro y tipología de visitantes que acuden a Cuernavaca. En este sentido es necesario contar con estudios en profundidad de la demanda, de su motivación y modalidad de alojamiento, duración de la estancia, servicios utilizados, recursos visitados, etc. de forma que las actuaciones y propuestas del municipio

estén dirigidas objetivamente a la satisfacción tanto de visitantes actuales como potenciales.

Derivado de lo anterior, la creación de una red de información y orientación turística para la ciudad de Cuernavaca se sustenta en la necesidad de incrementar el valor de la experiencia del turista en el destino.

En función del sistema turístico de Cuernavaca se remienda estructurar la red, instalando una oficina de información turística de carácter permanente en el Centro Histórico, de preferencia en algún recurso emblemático (Palacio de Cortes, Jardín Borda) o en algún edificio público con las condiciones idóneas para prestar el servicio.

La red de información turística servirá de plataforma de recogida información de datos del visitante de forma que sea posible disponer de más y mejores conocimientos e información sobre demanda, para la cual se podrá diseñar una encuesta de satisfacción del turista.

En la actualidad Cuernavaca presenta cierta falta de coordinación entre los organismos públicos y privados para promoción y comunicación del destino. De ahí que para revertir dicha situación es necesario desarrollar una campaña de medios de comunicación conjunta que permita el acceso a los públicos objetivo dentro de cada uno de los mercados de demanda de Cuernavaca.

Para ello se recomienda que los gestores del destino soliciten los servicios de una empresa especializada en marketing y publicidad turística que posea un amplio conocimiento de los medios de comunicación para el diseño de la campaña de publicidad. Paralelo a ello las autoridades de turismo tienen que establecer un canal de comunicación con dicha empresa para asegurar el correcto flujo e intercambio de información para el diseño de la campaña.

Inicialmente se tendrá que definir el perfil de los diferentes públicos objetivo hacia los cuales se enfocarán los mensajes publicitarios y emplear una combinación de distintos medios y tecnologías de comunicación disponibles tales como: comerciales en televisión regional, nacional e internacional, patrocinios de programas de TV, anuncios gráficos en medios impresos como periódicos y revistas, anuncios gráficos en medios electrónicos (internet, agencias virtuales, buscadores)

Además de las características anteriormente mencionadas. La campaña de publicidad debe emplear la imagen del destino moderno y seguro que se quiere comunicar, los elementos clave de los mensajes, los valores de la nueva marca turística, y los momentos más oportunos para comunicarlos a cada uno de sus mercados objetivo en función de la época en que estos toman su decisión sobre las futuras vacaciones.

La colaboración y el consenso entre los agentes implicados, autoridades de turismo y empresarios turísticos locales, será de gran utilidad para definir aquellas acciones de comunicación a ejecutar.

8. Gestión del Destino

Dada la importancia del turismo para la economía del municipio, se debe impulsar el fortalecimiento de la Secretaría de Desarrollo Económico del municipio para hacerla un elemento fundamental para impulsar el desarrollo competitivo del turismo en Cuernavaca.

Por lo anterior se recomienda, ampliar la asignación presupuestal de la Secretaría de Desarrollo Económico para una mayor cobertura de sus programas de apoyo al sector y el fomento de nichos de mercado y producto revelados y con potencial de desarrollo en el municipio. Los recursos que reciba la secretaría serán fundamentales para promover el desarrollo competitivo del turismo en Cuernavaca, para potenciar su desarrollo y promover un mejor posicionamiento del mismo con un mayor gasto y estadía promedio.

Consolidar al turismo como una actividad estratégica y prioritaria para el estado de Morelos es necesario fortalecer a la Secretaría de Desarrollo Económico como el órgano rector encargado de definir la política turística, generar información estratégica, planear el desarrollo turístico de Morelos, gestionar recursos y coordinar los esfuerzos de los diversos actores y sectores que participan en el desarrollo turístico de Morelos.

El mejoramiento del desempeño de la Secretaría de Desarrollo Económico deberá verse reflejado en una mejora en la competitividad del turismo en Morelos. Lo anterior, se debe manifestar en un aumento en la derrama económica relacionada con esta actividad.

La relación de los empresarios del turismo con las autoridades es muy buena, por lo tanto se debe aprovechar la unión de esfuerzos para mejorar el desempeño de ambos.

Por tal motivo, la puesta en marcha del Plan de Acción derivado de la Agenda de Competitividad del Destino Turístico de Cuernavaca es responsabilidad de los diversos agentes y organismos públicos y privados implicados de directa e indirectamente en la actividad turística del municipio. De ahí la necesidad de creación de mecanismos de comunicación y enlace que permitan a dichos agentes compartir información, trabajar coordinadamente y gestionar de manera eficaz y eficiente los proyectos y acciones que deriven a la mejora y el desarrollo de la actividad turística del municipio. Paralelo a ello, resulta conveniente incentivar la participación y el consenso de la ciudadanía a fin de conseguir su apoyo y credibilidad en la ejecución de las distintas iniciativas contempladas en el Plan de Acción. De ahí la necesidad de contar con un órgano de gestión del Plan de Acción que recoja todas las inquietudes, ideas y aportaciones de los diversos sectores de la sociedad vinculados al turismo así como establecer alianzas y líneas de colaboración con distintos agentes para la ejecución de acciones.

Para iniciar los trabajos asociados a la consolidación de Cuernavaca como destino turístico moderno y de calidad se requiere dotar al Plan de Acción de un mecanismo de gestión propio. Este mecanismo deberá ser capaz de concretar y orientar las acciones de contenidas en el plan, identificar las líneas de financiación, buscar la participación y cooperación de los distintos agentes implicados (Ayuntamiento, Sector Morelos, Sector Federal, CPTM, FONATUR, Delegaciones Federales, Dependencias Estatales, Consejo Consultivo de Turismo de Cuernavaca, FITUR Morelos, población residente) entre otras actividades de gestión.

Para ello la gestión del Plan de Acción recaerá en la figura de un comisionado, persona conocedora del sector turístico y con experiencia en la administración pública. El comisionado será el responsable de procurar la puesta en marcha del mayor número posible de las acciones contempladas en el Plan.

El comisionado deberá contar con los medios técnicos y económicos precisos para planear y ejecutar los programas y acciones. Además deberá actuar con la suficiente profesionalidad, capacidad técnica y apoyo político para interactuar con aquellos agentes tanto de la administración local (Ayuntamiento) como de las administraciones estatal y federal, y colectivos ciudadanos.

Asimismo, se integrarán al sistema, aquellos socios instrumentales, que sin ser parte de la toma de decisión del sistema, participarán de los procesos de formulación y ejecución de la cartera de programas y proyectos estratégicos del destino.

Para que este trabajo armónico obtenga el éxito esperado, deberá contar con la asesoría y respaldo de profesionistas altamente capacitados para enfrentar los retos de gestión, buscando siempre la interdisciplina y la multidisciplina para lograr el desarrollo integral del destino turístico de Cuernavaca.

9. TIC's

A la fecha actual, el Ayuntamiento de la ciudad, el Gobierno del Estado de Morelos, la Sector Federal y el Consejo de promoción Turística de México dentro de sus sitios web destinan un espacio (link) sobre información turística de Cuernavaca. Sin embargo, ante las nuevas características del mercado turístico internacional y nacional estas iniciativas resultan insuficientes para el desarrollo y consolidación de Cuernavaca como destino turístico.

La presencia de la ciudad de Cuernavaca en Internet se centra principalmente en los sitios web del Ayuntamiento de Cuernavaca (www.cuernavaca.gob.mx); la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Morelos (www.morelostravel.com); el Consejo de Promoción Turística de México (www.visitmexico.com); y las de la SECTUR federal (www.sectur.gob.mx - www.sectorturismo.gob.mx).

En la mayoría de los sitios web se mencionan los servicios de alojamiento y restaurantes, transportación, actividades, recursos, atractivos existentes en el municipio, además de la posibilidad de acceder a “links” que permiten acceder a reseñas de recursos y prestadores de servicios turísticos que proporcionan más información como datos de contacto, direcciones, horarios, precios, etc., no obstante a lo anterior, se concluye que la presencia de Cuernavaca en Internet y la interactividad con el usuario se considera inadecuada.

En cuanto a la difusión de los productos turísticos descritos en el apartado anterior, éstos apenas están presentes en el sitio web de la Secretaría de Turismo del Estado pero ninguno de ellos cuenta con un catálogo institucional específico. Se puede decir que la información turística se centra sobre los recursos, atractivos y servicios del estado de Morelos en su conjunto.

En general tanto los soportes promocionales como los sitios web muestran un número reducido de imágenes de calidad aceptable y algunas de ellas poco actualizadas. De entre los atractivos más difundidos de Cuernavaca destacan: la arquitectura e historia (Palacio de Cortés, Catedral, Jardín Borda, etc.); la gastronomía regional (platillos típicos); la diversión (discotecas y bares); deportes (golf, turismo alternativo) y el clima (flores y plantas, sol, etc.), bajo el slogan de “la ciudad de la eterna primavera”.

Internet es el medio de comunicación que ha crecido en los últimos años y el que proporciona una mayor cobertura y celeridad para acceder a los mercados objetivo. Por otro lado, este medio de comunicación masivo ha sufrido alteraciones desde su concepción inicial, pasando de ser un mero sitio que brindaba una información estática, a ser un medio de promoción, comercialización y comunicación eficaz.

Por tal motivo se recomienda para Cuernavaca la creación de un sitio web exclusivamente turístico, basado sobre la plataforma que ofrece la tecnología flash, y diseñado en la misma línea grafica de los materiales y soportes de comunicación.

Este medio servirá también como instrumento de presentación de los valores del destino (recursos, oferta, historia, etc.), enfocado bajo un concepto donde la animación y el movimiento sean el eje central del sitio web.

Se recomienda que la última versión del sitio sea un espacio dinámico, emocionante y divertido; concebido como un paseo entretenido por Cuernavaca y sus alrededores en el cual atreves de imágenes se evoquen sensaciones positivas de limpieza, profesionalidad, orden, tranquilidad, seguridad y modernidad que inciten a los potenciales turistas a visitar el destino.

Para la ejecución de esta acción se deberá recurrir a los servicios de una empresa especializada en este tipo de servicios la cual seguirá las pautas que los gestores aporten para la creación del sitio web.

Finalmente será necesario incluir la futura dirección del sitio web en los distintos soportes y medios de promoción de Cuernavaca, fomentando con ello su mayor difusión.

Estudio de Competitividad Turística del Destino Cuernavaca, Morelos

Matriz de proyectos

Universidad Autónoma del Estado de Morelos

MATRIZ DE PROYECTOS

Proyecto	Descripción	Inversión – Costos Estimados	Impactos Esperados	Responsables y Calendario
1. Rehabilitación y mejoramiento de la imagen urbana del Centro Histórico de Cuernavaca, sus pueblos y barrios tradicionales.	Mejoramiento y rescate de la imagen urbana y mobiliario urbano, cableado subterráneo, vegetación, elementos para discapacitados, pavimentos estampados y pétreos, placas históricas en sitios e inmuebles del centro histórico de Cuernavaca	\$400,000,000.00	Más de 2 mil comercios	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca
2. Centro Cultural y de Convenciones Teopanzolco	Construcción de un Centro Cultural y de Convenciones en Teopanzolco y su integración con la zona arqueológica.	\$200,000,000.00	412 empresas relacionadas con el turismo	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca y la iniciativa privada
3. Señalización Turística Innovadora del Destino de Cuernavaca, su historia y tradiciones.	Suministro y colocación de elementos y tableros de señalización vial turística	\$15,000,000.00	412 empresas relacionadas con el turismo	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca y la iniciativa privada
4. Iluminación Artística, Cultural y Turística de Bienes Inmuebles.	Iluminación artística, turística y cultural de sitios emblemáticos de arquitectura civil y religiosa del Centro Histórico de Cuernavaca, sus pueblos y barrios.	\$40,000,000.00	412 empresas relacionadas con el turismo	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas, INAH y el Municipio de Cuernavaca
5. Ecobici y ciclovías verdes.	Construcción de ciclovías, trota vías y vialidades de baja velocidad sobre la antigua vía “C” del ferrocarril México-Balsas.	\$30,000,000.00	Más de 2 mil comercios	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Desarrollo Sustentable, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca
6. Museo del ferrocarril y centro cultural en la antigua estación de Cuernavaca.	Rehabilitación y mejoramiento de la Antigua Estación de Ferrocarril de Cuernavaca	\$80,000,000.00	412 empresas relacionadas con el turismo	Sector Federal, CONACULTA, Sector Morelos, Secretaría de Cultura, INAH, UAEM, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca

Proyecto	Descripción	Inversión – Costos Estimados	Impactos Esperados	Responsables y Calendario
7. Centro de estudios e investigación sobre la Revolución Mexicana en el Hotel Moctezuma	Adquisición, remodelación, rehabilitación y restauración del antiguo Hotel Moctezuma	\$100,000,000.00	Más de 2 mil comercios	Sector Federal, CONACULTA, Sector Morelos, INAH, UAEM, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca
8. Parques Ecoturístico en las Barrancas de Cuernavaca.	Construcción de un parque Ecoturístico en las barrancas de Cuernavaca	\$15,000,000.00	412 empresas relacionadas con el turismo	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas, Secretaría de Desarrollo Sustentable, CONANP, SEMARNAT y el Municipio de Cuernavaca
9. Policía Turística Municipal	Adquisición de equipamiento de apoyo y capacitación de la policía turística municipal	\$25,000,000.00	412 empresas relacionadas con el turismo	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Seguridad Pública y el Municipio de Cuernavaca
		\$865, 000, 000		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



**Secretaría
de Turismo**

Estudio de Competitividad Turística del Destino Cuernavaca, Morelos

Fichas de Evaluación de Atractivos Turísticos

Universidad Autónoma del Estado de Morelos



SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



**Secretaría
de Turismo**



SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



**Secretaría
de Turismo**

Estudio de Competitividad Turística del Destino Cuernavaca, Morelos

Plan de acción

Universidad Autónoma del Estado de Morelos

Estructura de Contenido

II. AGENDA DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO DE CUERNAVACA.....	3
1. Ejes de la Política Nacional Turística – Plan Nacional de Desarrollo.	3
2. Lineamientos y Directrices Estratégicas – Plan Estatal de Desarrollo.	7
3. Lineamientos Sectoriales Plan Municipal de Desarrollo.	13
4. Objetivos, Estrategias y Líneas de Acción – Descripción de los Nuevos Factores de Competitividad.	18

II. AGENDA DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO DE CUERNAVACA

Esta Agenda tiene como fundamento las diversas disposiciones de orden jurídico, emanadas de la legislación Federal, Estatal y Municipal. Para tal fin se revisaron los siguientes instrumentos.

1. Ejes de la Política Nacional Turística – Plan Nacional de Desarrollo.

El Presidente de la República, el Lic. Enrique Peña Nieto, anunció en Nayarit el pasado 13 de febrero, las directrices de la Nueva Política Nacional Turística. Como parte de las acciones definidas, se encuentra la construcción de las “Agendas de Competitividad por Destinos Turísticos (ACDT)” del país, con el propósito de diagnosticar su situación y de emprender un programa de acciones, en coordinación estrecha entre Federación y los gobiernos Estatales, con la participación de los demás actores del propio destino.

En congruencia con estos criterios, el pasado 20 de mayo, el Ejecutivo Federal presentó el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, donde se indica en el Eje 4. México Próspero, las acciones del ramo turístico y específicamente se mandata en el Objetivo 4.11. La necesidad de **“Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país”**.

En particular, las ACDT se alinean a la **Estrategia 4.11.2. del PND: “Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico”**.

Las Líneas de acción consideradas en el Plan Nacional de Desarrollo son las siguientes:

- 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.

4. México Próspero

Un México Próspero que promueva el crecimiento sostenido de la productividad en un clima de estabilidad económica y mediante la generación de igualdad de oportunidades. Lo anterior considerando que una infraestructura adecuada y el acceso a insumos estratégicos fomentan la competencia y permiten mayores flujos de capital y conocimiento hacia individuos y empresas con el mayor potencial para aprovecharlo. Asimismo, esta meta busca proveer condiciones favorables para el desarrollo económico, a través de una regulación que permita una sana competencia entre las empresas y el diseño de una política moderna de fomento económico enfocada a generar innovación y crecimiento en sectores estratégicos.

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.

Estrategia 4.11.2. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico.

Líneas de acción

- Fortalecer la investigación y generación del conocimiento turístico.
- Fortalecer la infraestructura y la calidad de los servicios y los productos turísticos.
- Diversificar e innovar la oferta de productos y consolidar destinos.
- Posicionar adicionalmente a México como un destino atractivo en segmentos poco desarrollados, además del de sol y playa, como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, salud, deportes, de lujo, de negocios y reuniones, cruceros, religioso, entre otros.
- Concretar un Sistema Nacional de Certificación para asegurar la calidad.
- **Desarrollar agendas de competitividad por destinos.**
- Fomentar la colaboración y coordinación con el sector privado, gobiernos locales y prestadores de servicios.
- Imprimir en el Programa Nacional de Infraestructura un claro enfoque turístico.

Estrategia 4.11.3. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos.

Líneas de acción

- Fomentar y promover esquemas de financiamiento al sector con la Banca de Desarrollo.
- Incentivar las inversiones turísticas de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Promover en todas las dependencias gubernamentales de los tres órdenes de gobierno los esquemas de simplificación y agilización de trámites para la inversión.
- Elaborar un plan de conservación, consolidación y replanteamiento de los Centros Integralmente Planeados (CIP), así como la potenciación de las reservas territoriales con potencial turístico en manos del Estado.
- Diseñar una estrategia integral de promoción turística internacional para proyectar una imagen de confiabilidad y modernidad.
- Detonar el crecimiento del mercado interno a través del desarrollo de nuevos productos turísticos, para consolidarlo como el principal mercado nacional.

Estrategia 4.11.4. Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.

Líneas de acción

- Crear instrumentos para que el turismo sea una industria limpia, consolidando el modelo turístico basado en criterios de sustentabilidad social, económica y ambiental.
- Impulsar el cuidado y preservación del patrimonio cultural, histórico y natural del país.
- Convertir al turismo en fuente de bienestar social.
- Crear programas para hacer accesible el turismo a todos los mexicanos.
- Promover el ordenamiento territorial, así como la seguridad integral y protección civil.

Del Plan Nacional de Desarrollo, vale la pena resaltar la intensa consulta social para delinear el modelo de nación que definirá el rumbo del país en el ámbito turístico en los próximos años. La integración del Plan Nacional de Desarrollo 2012-2018 fue muy innovadora al hacer uso de diversas herramientas digitales y del acercamiento con la población a través de las nuevas tecnologías de información y comunicación, además de la participación directa en foros organizados para este caso, lo que permitió en el caso particular aportar ideas, de diversos sectores de la población dentro del ámbito del turismo en México.

Las ideas de los ciudadanos se hicieron sentir en cada uno de los rubros que engloba el modelo: México en Paz, México Incluyente, México con Educación de Calidad, México Próspero y México con Responsabilidad Global, a través de los cuales se resumen las estrategias, metas y líneas de acción de desarrollo que se

impulsarán para determinar el crecimiento del México y que podemos resumir en un solo objetivo: llevar a este país a su máximo potencial de desarrollo en beneficio de todos los mexicanos.

La transversalidad de las políticas públicas están centradas en generalizar la productividad para que todos los sectores económicos participen y crezcan, -entre ellos el turismo-. Ello implica organizar un gobierno moderno, muy cercano a la gente, con perspectiva de género y que dé resultados concretos a las demandas ciudadanas. Posteriormente las dependencias y entidades federales integren sus respectivos programas sectoriales y concluyan los estados y municipios con lo conducente, de ahí surgen las Agendas de competitividad de los destinos turísticos, como herramientas alineadas al trabajo federal para tomar decisiones.

Programas sectoriales, institucionales, regionales y especiales forman parte de la planeación turística que requiere este país para crecer conforme a las expectativas mundiales y continuar dentro de los diez primeros lugares del turismo en el mundo.

Es por ello la importancia de construir en que cada uno de nosotros la participación en la integración de un modelo de país que surge a través de nuestras propuestas. El que la sociedad pueda participar desde diversas trincheras en la planeación, diseño, ejecución de programas, políticas públicas y proyectos que fortalezcan el desarrollo del país.

Durante los próximos seis años, independientemente de las alertas de viaje emitidas por Estados Unidos y otros países, México mantendrá un equilibrio y crecimiento en el ámbito turístico. Es por ello que el Plan Nacional de Desarrollo en su apartado del México próspero, considera aspectos relevantes del impulso al turismo pero con una visión alineada de lo nacional hasta lo local, además de consolidar al turismo como un medio para detonar el crecimiento económico, el bienestar social, la sustentabilidad, la fluidez de las inversiones y lograr una oferta turística innovadora.

2. Lineamientos y Directrices Estratégicas – Plan Estatal de Desarrollo.

El Eje de Morelos Atractivo, Competitivo e Innovador contempla la creación de políticas públicas dirigidas a un crecimiento sostenido, participativo e incluyente del Estado de Morelos. Para lograr lo anterior, es necesario tener presente la interacción entre los diferentes sectores y actores de la economía estatal, abarcando los entes públicos y privados, teniendo presente el contexto estatal, nacional e internacional.

De esta manera, el crecimiento económico de la entidad se basará en el aprovechamiento de las ventajas competitivas del estado de Morelos, buscando en todo momento el incremento de la productividad y competitividad estatal, la promoción del consumo local, la generación de más y mejores empleos, reducir la tasa de desempleo y, sobre todo, elevar el nivel de vida de los morelenses.

Debido a la complejidad de los procesos económicos, para el logro de los objetivos anteriores, será necesaria la intervención de los tres órdenes de gobierno, por lo que se fortalecerá el diálogo con el Gobierno de la República y con los municipios. De esta manera, buscará gestionar los recursos y apoyos necesarios para el desarrollo de los proyectos de las distintas dependencias.

Dado que es necesaria la intervención de diferentes actores y grupos sociales, una de las estrategias a desarrollar será la implementación de esquemas de agrupamientos (clústeres) industriales, cuyos actores participantes son gobierno, instituciones educativas, centros de investigación y empresarios. De esta manera, mediante el trabajo en red, se podrá orientar el desarrollo de cadenas productivas y escalamiento de cadenas de valor, generando grandes beneficios para todos los involucrados.

Por otra parte, con la finalidad de incrementar la productividad de Morelos, se promoverá la elaboración de diagnósticos de vocación productiva de las diferentes regiones de la entidad, de tal manera que se identifiquen las fortalezas y oportunidades encontradas en cada una de ellas. De esta forma, se podrá realizar un mejor direccionamiento de las inversiones públicas y privadas, dar capacitación laboral adecuada y fortalecer el compromiso de calidad total en los procesos productivos.

Para lograr lo anterior, es necesario incluir a las economías locales y regionales, teniendo presente la necesidad de realizar determinadas adecuaciones legales e institucionales que incentiven la innovación e inversión, teniendo como premisa la conservación del medio ambiente. En este sentido, también se privilegiará la ampliación y modernización carretera, a fin de facilitar la comunicación entre las diferentes regiones del estado e incrementar así los polos de desarrollo económico.

Asimismo, se apoyará a las micro, pequeñas y medianas empresas de los sectores agropecuario, industrial, comercial y de servicios, toda vez que éstas representan más del 90% de las actividades económicas de Morelos e incluso del país. Al promover la creación de proyectos productivos en sus diferentes niveles, no sólo se mejorará la competitividad de la entidad, sino que también se generarán mayores y mejores fuentes de empleo.

Como se logra apreciar, mediante el trabajo sectorial en red se logrará promover y asegurar el desarrollo del Estado de Morelos, abarcando las áreas en las que intervienen diferentes Secretarías, incluidas las de Economía, Desarrollo Agropecuario, Trabajo, Turismo, Innovación, Ciencia y Tecnología y Obras Públicas; las cuales se encargarán de cumplir con los objetivos estatales relacionados con la elevación de la productividad y la competitividad, la generación de empleo e incremento del Producto Interno Bruto.

Turismo

El Turismo en Morelos es una actividad económica reconocida como un valioso instrumento para mejorar la calidad de vida de las comunidades, en especial de aquellas que son receptoras y centro de desarrollo de actividades turísticas. La importancia que el Gobierno de la Nueva Visión ha concedido al turismo en Morelos es creciente, situación que permitirá generar e implementar una política turística seria y profesional, que cuente con el reconocimiento de la Federación, el respaldo del Gabinete estatal y de las autoridades municipales, manteniendo una estrecha coordinación con el sector privado.

El estado de Morelos enfrenta dos situaciones de gran peso para el turismo: 1) La crisis económica internacional que afecta el crecimiento de las actividades nacionales y estatales; y 2) El incremento de la percepción de inseguridad, el cual generó Alertas de Viaje para viajeros que pretendieran visitar México y Morelos.

La percepción de inseguridad afectó la llegada no sólo de turistas, sino también de estudiantes extranjeros, pasando de recibir de alrededor de 10 mil estudiantes en el periodo de 2004-2005 a tan sólo 1,000 en 2012. Para revertir dicha situación, es necesario implementar ofertas en tarifas por periodos delimitados y ofrecer beneficios adicionales en la compra de productos por los turistas.

Por otra parte, respecto a la oferta de servicios de alojamiento en la entidad, al 2012 Morelos cuenta con 8 mil 807 habitaciones registradas, cifra que representa 2.2% de la oferta hotelera a nivel nacional. En general, si bien es necesario mejorar la calidad de los servicios turísticos, los visitantes califican su estancia como satisfactoria, de acuerdo con los resultados de la encuesta sobre grado de satisfacción de los visitantes al estado.

El principal consumidor de la oferta turística de Morelos es el mercado nacional, cuyo propósito de viaje son estancias de fin de semana o en días feriados, perteneciendo éste a los niveles socioeconómicos C y C+ (clase media alta), presentando un rango de edad de 26 a 60 años.

Entre las principales ciudades emisoras de turistas para Morelos se encuentran: la Ciudad de México con un 57%, el Estado de México con un 21% y Guerrero con el 6%. Del total de visitantes, un 20% hacen uso del internet para informarse y tomar una decisión de viaje a Morelos.

La cercanía a la ciudad de México representa un factor a considerar en la decisión de pernocta del turista, aspecto que es preciso superar con una oferta diferenciada. Esto explica en gran medida el que el porcentaje de ocupación en el estado sea casi nueve puntos inferior al porcentaje nacional.

La estancia promedio de estos visitantes son de 1.3 noches, con un gasto promedio de \$354.93. Este sector viaja principalmente en auto propio en grupos de 3 y 4 personas, hospedándose un 47% en casa propia o de familiares y un 31% en hoteles de calidad turística. Las principales actividades que realizan los turistas son: el descanso, conocer los atractivos turísticos, los balnearios y la visita a familiares.

Entre las principales barreras identificadas para el desarrollo de la actividad turística se encuentra la oferta extra hotelera, así como que en periodos de vacaciones largos los turistas prefieren otros destinos.

Entre las acciones que detonarían la actividad con un mayor número de visitas, se encuentran: implementar ofertas en tarifas por periodos delimitados y ofrecer beneficios adicionales en la compra de productos por los turistas.

Objetivos, Estrategias y Líneas de Acción

Objetivo estratégico.

3.12. Impulsar y fortalecer la competitividad, promoción y los servicios de los destinos turísticos del estado de Morelos.

Estrategia 3.12.1. Mejorar la calidad de la oferta turística de la entidad.

Líneas de acción

3.12.1.1. Diseñar, desarrollar e implementar el Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística.

Estrategia 3.12.2. Promocionar el destino “Morelos” en el mercado nacional e internacional.

Líneas de acción

3.12.2.1. Diseñar, desarrollar e implementar el Programa de Fortalecimiento a la Promoción y Posicionamiento del Destino Turístico Morelos en los mercados nacional e internacional.

Estrategia. 3.12.3. Ampliar la cobertura de los servicios de información y asistencia al turista y fortalecer la mejora regulatoria.

Líneas de acción

3.12.3.1. Coordinar e impulsar el Programa de Información y Atención al Turista y Mejora Regulatoria.

Objetivo estratégico

3.13. Impulsar y Fortalecer la Planeación, Desarrollo y Fomento Turístico del Estado de Morelos.

Estrategia. 3.13.1. Asegurar el fortalecimiento de las políticas, el marco legal y la Planeación del sector turístico.

Líneas de acción

3.13.1.1. Elaborar, consensar y difundir el Programa Estatal de Turismo 2013-2018.

3.13.1.2. Participar en convenios de coordinación y colaboración interinstitucional para el desarrollo turístico regional, estatal y municipal.

3.13.1.3. Proporcionar asesoría técnica permanente a municipios para la planeación turística y desarrollo de programas.

Estrategia 3.13.2. Diseñar, desarrollar e implementar sistemas de monitoreo del comportamiento de la actividad turística.

Líneas de acción

3.13.2.1. Establecer, coordinar e impulsar el “Modelo de Gestión para el Desarrollo de Destinos, Productos y Rutas Turísticas temáticas del Estado de Morelos”.

Estrategia 3.13.3. Mejorar la infraestructura y servicios de apoyo a la actividad turística en los destinos y municipios.

Líneas de acción

3.13.3.1. Elaborar Planes de Desarrollo Urbano Turístico.

3.13.3.2. Fortalecer la dotación de infraestructura, equipamiento y servicios municipales en destinos turísticos.

3.13.3.3. Impulsar y fortalecer el Programa de Pueblos Mágicos.

3.13.3.4. Impulsar y fortalecer la Ruta de Los Conventos y la Ruta Zapata.

3.13.3.5. Dotar de infraestructura para la creación de ciclovías.

3.13.3.6. Incrementar la Señalización Turística.

La nueva visión de este gobierno ha orientado todos sus esfuerzos a nuestra principal fuente de visitantes, la ciudad de México, con el 57% proveniente de esta ciudad, es por ello que las campañas “Morelos es...” ha logrado penetrar fuertemente en la capital del país, en la redes sociales, en los principales diarios de circulación local y nacional y a través de eventos de gran calidad e impacto y que desde hace más de doce años no se realizaban en Morelos.

Impulsar la competitividad del estado de Morelos frente a otros destinos turísticos del país, es uno de los retos más importantes de la presente administración gubernamental, toda vez que deben fortalecerse las principales regiones turísticas de la entidad, diseñar nuevos productos turísticos, consolidar la oferta turística con que cuenta Morelos y desarrollar una campaña agresiva en medios nacionales e internacionales para posicionar a Morelos en la mente de los visitantes.

Por otra parte, resulta fundamental para Morelos y su Plan Estatal de Desarrollo la parte que se refiere a fortalecer la planeación, debido a que esta representa la enorme posibilidad de crear, diagnosticar, preguntar, investigar, analizar, reflexionar, debatir y por último proponer estrategias orientadas a fortalecer el turismo en Morelos; a recuperar el turismo que ha dejado de visitar este hermoso estado, a volver a ser punta de lanza en escuelas de español, de los primeros lugares del país en balnearios y parques acuáticos, a recobrar el lugar que tenemos como principal destino de los capitalinos y turismo de fin de semana, a descubrir nuestros bellos paisajes naturales y pueblos coloniales cada periodo vacacional y fin de semana.

Programas sociales como la Beca Salario Universal, permitirá coadyuvar a acciones que impactan de manera positiva al turismo, es decir con programas de limpieza de ciudades o recolección de envases de PET, entre otras actividades, fortalecerán la imagen urbana de los municipios del estado de Morelos, entre ellos Cuernavaca, en este sentido se logrará fomentar el ámbito turístico a través la dotación de la infraestructura, equipamiento y servicios que cada localidad requiere en materia de turismo.

La nueva Secretaría de Cultura y la Secretaría de Desarrollo Sustentable también formarán parte del andamiaje que coordine con la Secretaría de Turismo, acciones encaminadas a desarrollar nuevos productos turísticos en prácticamente todo el estado de Morelos, diseñar una estrategia integral que permita la armonización de los recursos económicos, materiales y humanos, con el objetivo de crear eventos de gran magnitud y proyectos de gran envergadura que logren un impacto positivo a nivel nacional y que fortalezcan la imagen de hablar de todo lo bueno que pasa en Morelos.

3. Lineamientos Sectoriales Plan Municipal de Desarrollo.

La conducción del desarrollo del municipio de Cuernavaca en el trienio 2013-2015 tendrá como cauces seis ejes rectores y cuatro ejes transversales, que serán la guía de acción de la ciudadanía y del Gobierno Municipal,

Desarrollo Económico e Innovación para un Cuernavaca Atractivo y Competitivo.

El crecimiento económico de Cuernavaca se habrá de medir mediante el crecimiento de la productividad de las empresas productoras de bienes y servicios, para ello el Gobierno Municipal asume su compromiso de generar las condiciones para que se creen los empleos productivos y bien remunerados que tanto anhelan los cuernavacenses, en este propósito se fortalecerá el desarrollo rural sustentable, se fomentará la economía y el apoyo a las inversiones productivas y por la vocación del Municipio, se promoverá y fomentará el turismo con un enfoque de sustentabilidad.

6.4 Eje de Desarrollo: Desarrollo Económico e Innovación para un Cuernavaca Atractivo y Competitivo

6.4.1. Programa: Desarrollo Económico

Morelos no se encuentra registrado en la Secretaría de Turismo Federal como un destino turístico de prioridad, y por consiguiente el municipio de Cuernavaca tampoco está catalogado como destino prioritario, ni como ciudad sede a visitar, ni en la categoría de turismo alternativo.

Cuernavaca, en su economía turística, presenta que el visitante tiene una estancia promedio de 6 horas, tiempo en el que conoce los principales atractivos turísticos ubicados en el Centro Histórico y al finalizar se retira a su casa de descanso o bien al siguiente sitio de su interés, que generalmente está en otro Estado.

Esta situación genera una baja derrama económica dentro del Municipio, el índice de pernoctar está un poco por arriba de una noche, con ello se reduce el gasto en consumo de productos y servicios que son requeridos en una estancia muy corta y se retiran con la idea de haber conocido lo más importante, sin dejar oportunidad a retornar.

En Cuernavaca, se tiene una gama de productos limitados a circuitos cortos de máximo 2 días de atención, regularmente enfocados a periodos de fin de semana, y no se han desarrollado productos de mayor extensión de días, aun cuando se cuenta con los recursos para poderlos llevar a cabo.

6.4.1.3. Promoción y Fomento del Turismo

Cuernavaca, capital del Estado de Morelos, forma parte de la Zona Conurbada o Metropolitana de Cuernavaca, integrada por los municipios de Cuernavaca, Emiliano Zapata, Jiutepec, Temixco, Tepoztlán y Xochitepec, la cual inició su conformación como un área urbana continua en la década de los 60's, a raíz de la instalación de la Ciudad Industrial del Valle de Cuernavaca (CIVAC).

Por su estratégica posición geográfica en el corazón del país y su proximidad con la ciudad de México, de la que se encuentra a sólo 89 kilómetros y a una hora aproximadamente de trayecto en automóvil, Cuernavaca se ha convertido en un destino o corredor turístico natural para la visita de día o de fin de semana, así como uno de los lugares preferidos de los habitantes de la Ciudad de México para establecer su segunda residencia de descanso.

La Secretaría de Economía, del gobierno Federal reportó al 31 de enero de 2012 que la actividad económica del Municipio de Cuernavaca se ha concentrado en el sector terciario. Que el 95.2% de las unidades económicas de Cuernavaca son microempresas, 4.3% son pequeñas empresas, 0.3% medianas empresas, 0.2% grandes empresas. Acorde a cifras de INEGI de 2009, en términos de personal ocupado, en la pequeña empresa está el 45.6% del personal, el 23.8% está en la pequeña empresa, el 9.1% en la mediana y 21.5% está en la empresa grande.

En lo que respecta a la actividad turística en específico, ésta ha jugado un papel importante en la economía del Estado, de la zona conurbada y del Municipio. En Cuernavaca, en los años 2010-2011, los registros que proporcionó el Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo en México (DATATUR), son los siguientes:

Concepto	2010		2011	
	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4
Llegada de turistas (personas)	67,928	67,928	28,021	48,656
Porcentaje de ocupación hotelera	35.44	35.44	37.43	49.05
Estadía promedio (noches)	1.61	1.61	1.44	1.59
Densidad de ocupación hotelera (personas)	1.81	1.81	1.99	1.73

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal 2013-2015.

El 51% del total de oferta de las habitaciones se encuentra clasificados como de alta categoría, de 4 y 5 estrellas. El nivel de ocupación se encuentra por debajo del promedio nacional, que es de 49.2 por ciento. Este bajo nivel se relaciona directamente con la existencia de un gran número de segundas residencias y quintas de fin de semana, que asimismo generan un porcentaje importante de población flotante.

Con base en las cifras de Adventure Travel Trade Association (ATTA), el turismo tradicional está creciendo a cifras de 4% anual, en comparación del turismo de aventura que crece a un ritmo de poco más del 12% anual.

Tres son los factores importantes que combinados en los productos turísticos, influyen en la atracción del turista de alto ingreso que está buscando en distintos sitios: A) Actividad física, B) Intercambio cultural y C) Contacto con la naturaleza.

El mercado doméstico contribuye con más del 80% del consumo turístico en el País y es el principal motor para la gran mayoría de los destinos turísticos, en aquellos que no cuentan con flujos internacionales importantes. Así como uno de los grandes retos para el turismo doméstico es desconcentrar los flujos que se encuentran principalmente focalizados en los fines de semana largos, Semana Mayor, vacaciones de verano y fin de año.

Los productos turísticos, se clasifican dependiendo de las actividades a desarrollar:

- A. Turismo convencional: de descanso, sol y playa, sol y nieve.
- B. Turismo de Negocios: científico, convenciones, de salud, viaje de incentivos y fam trips.
- C. Turismo Cultural: creativo, turismo religioso, etnográfico, literario, gastronómico, idiomático, ecológico e industrial.
- D. Turismo Deportivo. Actividades físicas y contacto con la naturaleza.
- E. Turismo Histórico: urbano, monumental, arqueológico,
- F. Eco-turismo: social, alternativo, ecológico y rural.
- G. Turismo de Aventura: actividades de alto riesgo.

Las empresas relacionadas directa e indirectamente, tanto aquellas que producen bienes y servicios turísticos, como aquellas que distribuyen el producto turístico son:

- A. Hotelería: pensiones, apartamentos turísticos, campings, tiempos compartidos, establecimientos rurales, viviendas vacacionales y balnearios.
- B. Restaurantes: alimentación tradicional y neo alimentación, así como alimentación social, esto aplicable a restaurantes, cafeterías y bares.
- C. Transporte: conteniendo al transporte aéreo, terrestre (auto, tren, autobús).
- D. Agencias de viajes: mayoristas, minoristas, medio mayoristas, las agencias operadoras, agencias emisoras y agencias receptoras.
- E. Otras empresas relacionadas son: discotecas, cines, todo tipo de espectáculos, lavanderías, artículos de viaje, publicaciones especializadas.

Objetivos y Estrategias

Diseñar, poner en marcha y evaluar acciones encaminadas a impulsar el crecimiento económico turístico en forma de ecoturismo, agroturismo y turismo cultural, histórico e institucional, mediante convenios de competitividad turística empresarial que permitan generar nuevas fuentes de ingresos y empleos para la población del Municipio.

- Atacar al mercado objetivo para todas las acciones del área de turismo, a visitantes extranjeros, nacionales y locales, del corredor natural Ciudad de México – Cuernavaca - Chilpancingo – Acapulco, y los visitantes foráneos.
- Identificar los espacios históricamente emblemáticos, y priorizarlos a través de una matriz de criterios.
- Desarrollar el mensaje que se desea comunicar en las campañas publicitarias.
- Negociar con los prestadores de servicios, estrategias efectivas, para capacitar a sus empleados en materia de atención al turismo.
- Identificar los sitios ecológicos susceptibles a convertirse en sitios eco turísticos.
- Contar con un inventario de productos y servicios turísticos actualizado.
- Identificar las casas y villas del Municipio que sean susceptibles a convertirse en escuelas de español o casas de hospedaje.
- Identificar aquellas tradiciones que se desean rescatar, y analizar la forma de darles un espacio y giro comercial para ofrecer como un producto turístico.
- Replicar las mejores prácticas de imagen urbana, reglamentación y normatividad de centros históricos de otras ciudades.

Proyectos de Desarrollo

No.	Proyecto	Área Responsable			
3	Promoción y fomento de inversión	Dirección General de Promoción y Fomento al Turismo			
Indicador	Unidad de Medida	Meta			
		2013	2014	2015	
Consultas sobre sitios de interés del Centro Histórico y Corredor Turístico Hidalgo	Consulta	90,000	91,000	92,000	
Promover la asistencia a ferias.	Persona	105,000	108,150	111,395	
Gestionar apoyos a sitios turísticos	Sitio	3	3	3	
Índice de promoción de sitios de interés de los Poblados de Cuernavaca	%	80	90	100	
Celebración de eventos de gastronomía	Evento	3	3	3	
Celebrar eventos especiales de visualización turística	Evento	6	6	6	
Atención satisfactoria a consultas al Portal Digital Turístico	Consulta	300,000	350,000	400,000	
Gestión de la Marca Cuernavaca	Licencia	3	4	5	
Desarrollo e innovación de nuevos proyectos turísticos.	Proyecto	3	3	3	
Impartir cursos de capacitación para la prestación de servicios turísticos	Curso	80	126	126	

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal 2013-2015.

La ciudad de Cuernavaca y sus diversos planes y programas de desarrollo realizados durante la última década, tratan de fortalecer y estructurar una oferta turística que logre atraer a un mayor número de visitantes y una vez en la ciudad, lograr pernoctar en la oferta hotelera con que cuenta la ciudad, sin embargo esto aún no se ha consolidado.

Los lamentables hechos de diciembre del 2009, sumados a las emergencias sanitarias y alertas de viaje, han desplazado a la Ciudad de la Eterna Primavera de los lugares que ocupaba en años anteriores y que si bien es cierto no ocupaba un sitio preponderante en el top ten nacional, si contaba con cierto reconocimiento regional, nacional e internacional debido a las bondades de su clima, al gran número de escuelas de español, a la gran cantidad de atractivos turísticos de calidad, al gran número de residencias y casas de fin de semana y a la calidez de su gente.

Decenas de aspectos y acciones requieren de la atención del gobierno municipal, de los empresarios, de los prestadores de servicios turísticos y de la población, entre ellos; un mejor sistema de aseo urbano, orden en el comercio semi fijo, continuar con las etapas de mejoramiento de la imagen urbana, reingeniería del sistema de transporte colectivo con itinerario fijo y reestructuración del servicio de taxis, leyes y reglamentos en materia de conservación del patrimonio cultural edificado, diseño de nuevos productos turísticos, una agresiva campaña de difusión y promoción de los atractivos turísticos, superar la crisis de inseguridad que vive la ciudad y con ello impulsar a la policía turística, capacitación y educación turística a empresarios, guías, promotores y tour operadores, armonía entre los tres niveles de gobierno, acatar las disposiciones legales en materia de historia y patrimonio ante el INAH, rescatar las barrancas de Cuernavaca para su puesta en valor, participación e interacción con las escuelas de turismo en el impulso al estado de Morelos y a la ciudad de Cuernavaca, pero sobre todo un cambio de actitud en todos los sectores de la población en materia turística y de desarrollo económico, con el fin de recuperar el lugar ganado hace algunos años.

Con las acciones, metas, estrategias y objetivos planteados en el ámbito del turismo por parte de la administración municipal 2013-2015 se espera un repunte en las estadísticas de Cuernavaca con la intención de que a mediano y largo plazo las siguientes administraciones logren posicionar a Cuernavaca como un destino competitivo, fortalecido, en paz y armonía.

4. Objetivos, Estrategias y Líneas de Acción – Descripción de los Nuevos Factores de Competitividad.

En este apartado se explican los objetivos, estrategias y acciones fundamentales para la definición de las políticas públicas a incluirse en el Plan de Acción de la Agenda de Competitividad Turística del Destino Cuernavaca. Por su importancia, y por su trascendencia, estos objetivos están considerados como referente obligados para la definición de los programas operativos del Municipio de Cuernavaca.

1. Oferta Turística

Estrategia. Mejorar, diversificar y segmentar la oferta turística municipal, mediante el desarrollo e innovación de productos y servicios, haciendo su oferta más atractiva y competitiva para el turista.

Líneas de acción:

- Crear nuevos productos turísticos innovadores.
- Diseñar y armar paseos, rutas y circuitos turísticos temáticos.
- Diseñar el Programa de Desarrollo de Productos por modalidad y segmento turístico específico (Turismo de Reuniones, Turismo de Naturaleza, Turismo Comunitario, Turismo Cultural, Turismo Deportivo, Turismo Gastronómico, Turismo Premiun, Turismo de Salud, Turismo Social, Turismo Accesible, Escuelas de Español, entre otros.)
- Impulsar y fomentar el Turismo de reuniones
- Impulsar y fomentar el Segmento de Bodas
- Impulsar y fomentar el Turismo Idiomático
- Elaborar el “Estudio del Perfil del Visitante, Grado de Satisfacción del Turista y la Estimación de la Afluencia de Visitantes y Derrama Económica del Municipio de Cuernavaca”.
- Promover la celebración de convenios interinstitucionales para la realización de programas y proyectos turísticos con el propósito de desarrollar la oferta turística de Cuernavaca.

2. Democratización de la productividad turística

Estrategia. Coordinar, gestionar y promover acciones en materia de empleo y autoempleo que coadyuven al crecimiento económico de las empresas turísticas en el Municipio de Cuernavaca.

Líneas de acción:

- Fomentar la inversión pública y privada, nacional y extranjera en proyectos turísticos sustentables.
- Fomentar e impulsar la planeación, análisis y atención de proyectos de inversión.

- Fomentar la inversión público y privada, nacional e internacional y de los tres niveles de Gobierno.
- Fomentar la integración de cadenas productivas municipales.
- Impulsar la creación y apoyo de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMES) turísticas.
- Crear condiciones que contribuyan a la competitividad de las MiPyMEs turísticas.
- Crear un programa municipal de financiamientos para las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas a fin de facilitar la obtención de créditos.
- Poner en operación un proceso permanente para la atención a inversionistas que facilite y promueva la inversión nacional y extranjera directa en el sector turístico.
- Crear y aplicar normas para combatir el comercio informal en zonas turísticas de Cuernavaca.
- Regular comercio fijo y semifijo.
- Aportar certidumbre y agilidad en las gestiones ambientales y urbanas para el desarrollo de proyectos turísticos a través de la operación de “Ventanilla Única”.
- Agilizar los trámites que se realizan en el Centro de Atención Empresarial Morelense (CAEM), con la colaboración de la Comisión Estatal de Mejora Regulatoria (CEMER).
- Incentivar el progreso y fortalecimiento del comercio apoyando a la micro, pequeña y mediana empresa turística en la apertura o revalidación de las licencias de funcionamiento.
- Asesorar técnicamente a los emprendedores que lo soliciten, para el establecimiento de nuevas empresas o la formulación y ejecución de proyectos de inversión y planes de negocios.
- Fomentar la puesta en marcha de empresas rentables y sustentables.
- Llevar a cabo Ferias del Empleo Turístico, en coordinación con el Servicio Nacional de Empleo Morelos y la Secretaría de Turismo Estatal.

3. Sustentabilidad Turística

Estrategia. Impulsar y fomentar programas, proyectos y acciones que promuevan un desarrollo sustentable del sector turístico de Cuernavaca.

- Actualizar, consensuar y publicar el Ordenamiento Ecológico Municipal Territorial.
- Establecer el Consejo Consultivo Municipal Ciudadano para el Desarrollo Sustentable.
- Diseñar materiales didácticos y de difusión de cultura ambiental para la ciudadanía.
- Proponer las declaratorias de Reservas, Cursos, Destinos y Provisiones de Áreas y Predios.
- Adquirir en coordinación con la federación y el Estado, las Reservas Territoriales.
- Garantizar la adecuada operación de las Áreas Naturales, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Sustentable.

- Poner en práctica programas de ahorro de energía en hoteles y empresas que brindan servicios turísticos, así como compartir información con el sector turístico sobre nuevas tecnologías sustentables de ahorro de energía que permitan reducir el consumo energético.
- Implementar un esquema de certificación para empresas turísticas ambientalmente responsables.
- Impulsar el manejo integral de los residuos sólidos.
- Abatir la corrupción en los centros de verificación.
- Fortalecer el marco legal ambiental.
- Crear un Sistema de Información Ambiental del Municipio.
- Implementar programas para promover e impulsar el uso de energías renovables.
- Rescatar, conservar y proteger las áreas con valor ambiental.
- Evitar nuevos desarrollos inmobiliarios que pongan en peligro el entorno ambiental y la seguridad alimentaria.
- Prevenir y restaurar el equilibrio ecológico y protección del entorno ambiental de las barrancas y cauces naturales del Municipio.
- Construir un prototipo de parador turístico en las Barrancas de Cuernavaca, a fin de establecer un esquema de educación y sensibilización ambiental.
- Fomentar la creación e implementación de proyectos ambientales.
- Implementar el Programa Municipal de Cambio Climático.
- Construir y rehabilitar la infraestructura hidráulica para ampliar la cobertura de los servicios de agua potable.
- Construir sistemas de alcantarillado y de colectores que permitan la conducción de las aguas residuales a plantas de tratamiento.
- Mantener operando todas las plantas de tratamiento construidas en el Municipio.
- Construir infraestructura de saneamiento en los sitios de mayor rezago.
- Fortalecer e integrar el marco regulatorio y normativo para las descargas de agua residual en cauces y barrancas.
- Equipar y realizar obras y prácticas que induzcan la conservación y el uso racional del agua.

4. Formación y certificación

Estrategia. Incrementar la competitividad de las empresas y los servicios turísticos en el municipio, brindando apoyo para la capacitación y certificación.

Líneas de Acción:

- Diseñar e instrumentar programas de capacitación para la atención de los turistas dirigido a prestadores de servicios turísticos, servidores públicos y población general.
- Impulsar y fomentar la certificación de prestadores de servicios turísticos.
- Continuar con la aplicación del Programa de Distintivo “H”.
- Continuar con la aplicación del Programa de Moderniza “M”.
- Continuar con la aplicación del Programa de Punto Limpio.

- Impulsar la formación y certificación de guías turísticos locales y especializados.
- Impulsar la capacitación y certificación en Turismo de Negocios y el Segmento de Bodas.
- Coadyuvar en el fortalecimiento del Programa Club de Calidad Tesoros de Morelos, en coordinación con la Secretaría de Turismo Estatal.
- Elaborar el “Estudio del Perfil del Visitante, Grado de Satisfacción del Turista y la Estimación de la Afluencia de Visitantes y Derrama Económica del Municipio de Cuernavaca”.
- Cursos de inducción al Plan de Acción derivada de la Agenda de Competitividad del Destino de Cuernavaca.
- Impulsar el Registro Municipal Turístico.

5. Accesibilidad e infraestructura (instalaciones y servicios)

Estrategia. Mejorar el equipamiento de los sitios turísticos y promover la inversión en la infraestructura y equipamiento de apoyo al turismo.

Líneas de acción:

- Incrementar la conectividad y facilitar el turismo a Cuernavaca.
- Incrementar el traslado de viajeros a través de la agilización de autorizaciones de permisos de vuelos charters.
- Fortalecer el destino turístico de Cuernavaca, a través de la promoción de convenios bilaterales de aviación.
- Mejorar la calidad y oportunidad de la información de apoyo al viajero de autotransporte, y con apoyo de sistemas interactivos.
- Realizar procesos de incorporación de un nuevo sistema de transporte masivo y moderno que satisfaga las principales demandas de la población, en conjunto con la Secretaría de Movilidad y Transporte.
- Modernizar el servicio del transporte público y particular.
- Implementar operativos para patrullaje normal o específicos.
- Construir, mantener y mejorar la infraestructura turística y fomentar el ordenamiento urbano.
- Continuar con la ejecución de las obras de mejoramiento y rehabilitación de la Imagen urbana del Centro Histórico de Cuernavaca.
- Desarrollar e implementar un proyecto de Señalización Turística Innovadora Municipal, tanto en carreteras locales como al interior de la ciudad. Ello incluiría también contar con módulos de atención turística con información en diferentes idiomas.
- Impulsar la realización de proyectos de “Iluminación Artística, Cultural y Turística de Bienes Inmuebles”
- Impulsar y fomentar la realización del proyecto “Ecobici y ciclovías verdes”.
- Impulsar y fomentar la ejecución del proyecto denominado “Museo del ferrocarril y centro cultural en la antigua estación de Cuernavaca”.
- Centro de estudios e investigación sobre la Revolución Mexicana

- Impulsar y fomentar la realización de Parques Ecoturístico en las Barrancas de Cuernavaca.
- Impulsar la creación de un Programa de Policía Turística Municipal, y
- Promover y apoyar proyectos estratégicos y detonadores para el mejoramiento urbano e infraestructura y equipamiento de apoyo a zonas turísticas de Cuernavaca.

6. Seguridad Patrimonial y Física

Estrategia. Garantizar protección y vigilancia de la integridad física y patrimonial de los Cuernavacenses y de las personas que visitan el Municipio.

Líneas de acción:

- Desarrollar e implementar un Programa de Policía Turística municipal.
- Promover y concertar ante el Consejo Municipal de Seguridad Pública el servicio de una policía turística en el Destino de Cuernavaca.
- Fortalecer la coordinación interinstitucional de los tres ámbitos de Gobierno en la búsqueda de un esquema integral de seguridad, prevención y desarrollo armónico de la actividad turística en Cuernavaca.
- Promover la continua profesionalización policial turística.
- Modernizar la infraestructura y proveer el equipamiento necesario a los cuerpos policiales turísticos.
- Renovación del perfil operativo de la policía turística.
- Ampliar la capacidad de video vigilancia en las zonas turísticas de Cuernavaca.
- Mejorar la percepción de los elementos operativos por parte de la ciudadanía sobre todo de los turistas que nos visitan.
- Ampliar la presencia policiaca y de custodia en los principales nodos turísticos de Cuernavaca.
- Ampliar la cobertura de servicios de salud con calidad a los turistas locales, nacionales e internacionales.

7. Promoción y Comercialización

Estrategia. Lograr la promoción y comercialización turística en el ámbito local, regional, nacional e internacional, para potenciar los esfuerzos de todos los actores del sector.

Líneas de Acción:

- Diseñar e implantar un Plan Estratégico de Mercadotecnia Turística.
- Coadyuvar en el desarrollo de alianzas comerciales para convenios cooperativos con el CPTM y la Secretaría de Turismo Estatal.
- Diseñar una estrategia de medios que contemple el desarrollo de campañas de promoción y difusión impresa y digital, un sitio web oficial y promoción en redes sociales.

- Intensificar la promoción integral y comercialización estratégica de la marca, destinos y productos a nivel nacional y regional.
- Diseñar e implantar una estrategia de viajes de familiarización con prensa y tour operadores especializados.
- Ampliar la participación y promoción en ferias y eventos nacionales.
- Participar en conjunto con la Secretaría de Turismo Estatal, en el Tianguis Turístico organizado por la Sector Federal y el CPTM.

8. Gestión del Destino

Estrategia. Mejorar la coordinación interinstitucional y la transversalidad entre el sector público, privado y social para hacer un esfuerzo común que apoye y refuerce las iniciativas, políticas y proyectos del sector turístico en Cuernavaca.

- Crear el gabinete turístico municipal, a fin de alinear programas y recursos e incidir en el presupuesto de otras dependencias estatales, delegaciones federales, para actividades en favor del turismo (transversalidad del presupuesto municipal).
- Implementar planes de desarrollo urbano integrales por zonas turísticas prioritarias.
- Impulsar el Consejo Turístico Municipal, junto con los prestadores de servicios turísticos y dependencias estatales con acciones involucradas a turismo.
- Participar en la celebración de los Convenios de Coordinación para el Otorgamiento de un Subsidio, en materia de desarrollo turístico, que celebre la Secretaría de Turismo Federal con la Secretaría de Turismo Estatal.
- Impulsar la firma de convenios y acuerdos de colaboración con delegaciones federales y estatales en materia de turismo.
- Impulsar un Sistema de Información Estadística, de Análisis y Evaluación Turística.
- Gestionar y concertar la implementación de programas, proyectos y acciones en materia de turismo ante Comité de Planeación para el Desarrollo Municipal (COPLADEMUN).

9. TIC's e Información Turística

- Diseñar, desarrollar y operar un portal de internet del Destino de Cuernavaca.
- Promover el turismo de Cuernavaca en los destinos nacionales e internacionales a través de los sitios de Internet de las representaciones de México en el exterior.
- Mejorar la oportunidad y calidad de la atención al turista, a través de medios electrónicos, así como reforzar la verificación del comportamiento comercial y del cumplimiento de las NOMs aplicables para el sector.
- Difundir en Internet una base de datos con información turística estratégica (proyectos de inversión turística, inversión, flujos de turistas de Cuernavaca en el mundo y conectividad aérea, entre otros) para el fomento y promoción turística en el exterior.



Secretaría
de Turismo

Estudio de Competitividad Turística del Destino Cuernavaca, Morelos

Fichas de Evaluación de Atractivos Turísticos

Universidad Autónoma del Estado de Morelos



Secretaría
de Turismo



Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Club de Golf Cuernavaca

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- (X) Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción de la actividad:

Campo con 9 hoyos en una extensión de 17 hectáreas o bien 2639 yardas. Cuenta con servicios de Bar y restaurant, salón para eventos especiales. Contamos con paquetes que puede incluir: salón con capacidad de 300 a 350 personas, platillos para el evento con postre, vajilla (blanca), mesas, sillas y servicio, descorche nacional e importado. Clases de golf: Usted puede tomar clases de Golf en el horario y días que le convengan. Dichas clases correrán a cargo del profesional del Club Enrique Martínez Alonzo. Las clases pueden ser tomadas por personas de cualquier edad. Además el Club cuenta con un hoyo de práctica corto y putt de práctica para perfeccionar su técnica a la hora de estar en el green. Además vestidor para caballeros, vestidor para damas, baños con vapor, sección de juegos infantiles, alberca, chapoteadero, así como extensas áreas verdes. Hoyos: 9, Par: 35, Diseñador: sr. Juan n. Icaza y sr. Ignacio de la borbolla Otros: yardas 2639.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que se ofrecen).

1. Practicar golf
2. Clases de golf

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.



Destino: Cuernavaca

Gestión de la Actividad (Tipo de gestión y organismo que se encarga de la actividad).

Iniciativa privada.

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

(x) Sí

() No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar a jugar, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos. El desayuno está incluido durante la semana. Los miércoles y jueves, las mujeres pagan el 50%. Después de las 14:00 horas \$650 pesos m.n., Marte a viernes: \$650 pesos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido la actividad 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: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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

() Sí

(x) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar a la actividad)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior de la actividad).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado la actividad para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior de la actividad, así como la interpretación*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica de la actividad? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerada una actividad diferenciada con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerada como una actividad diferenciada como turismo premium.

Seguridad (*¿La actividad puede realizarse con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Destino: Cuernavaca

Calle: Plutarco Elías Calles no. 31.

Colonia: Club de Golf, Cuernavaca, Morelos. C.P. 62030

Teléfono: 01 (777) 314 0207/ 314 0235

Fax: 01 (777) 314 0235

E-mail: respejel@telmex.com

Página web: www.clubdegolfcuernavaca.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Club de Golf Tabachines

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- (X) Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción de la actividad:

Campo de 65 hectáreas, muy retador, relieves pronunciadas, rodeado de árboles maduros, dos lagos, en su mayoría son hoyos largos. Cuenta con servicios de putting green, golf pro, caddies, casa club, alberca semiolímpica, tienda de golf, 2 canchas de tenis, restaurante bar, oasis en el hoyo 3, 9 y 15, vestidores y sauna. Hoyos: 18, par: 72, otros: Yardas 6742. Rating 68.6

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que se ofrecen).

1. Practicar golf
2. Clases de golf

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión de la Actividad (Tipo de gestión y organismo que se encarga de la actividad).

Iniciativa privada.

Destino: Cuernavaca

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar a jugar, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos. El desayuno está incluido durante la semana. Los miércoles y jueves, las mujeres pagan el 50%. Después de las 14:00 horas \$650 pesos m.n., Marte a viernes: \$650 pesos.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

Señalización externa (*Existe señalización para llegar a la actividad*)

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior de la actividad*).

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado la actividad para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior de la actividad, así como la interpretación*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica de la actividad? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerada una actividad diferenciada con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerada una actividad diferenciada como turismo premium.

Seguridad (*¿La actividad puede realizarse con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Calle: Paseo Tabachines s/n.

Colonia: Fraccionamiento Club de Golf Los Tabachines. Cuernavaca, Morelos.

Destino: Cuernavaca

Teléfono: 01 (777) 314 3999/ 314 3396/ 318 1188

Fax: 01 (777) 318 1188/ 314 3999/ 314 3396

E-mail: gerenciataba@cableonline.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL ATRACTIVO:

Convento Franciscano de Nuestra Señora de la Asunción

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- (X) Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del atractivo:

La catedral de Cuernavaca fue construida por los Franciscanos alrededor del año 1526. A pesar de haber sufrido modificaciones a lo largo de sus casi 500 años de existencia, aún se conserva del conjunto original el enorme atrio y su cruz, la iglesia, los claustros y la capilla abierta de San Juan. En casi todos los muros se pueden observar pinturas del siglo XVII de gran riqueza artística e histórica. En los andadores del claustro bajo se resguarda la espectacular vista de San Cristóbal con el niño Jesús, una de las esculturas más importantes del virreinato. La capilla abierta de San José, es de las capillas más antiguas del continente y una pieza importante del conjunto. La portada de la capilla de Nuestra Señora de los Dolores muestra elementos decorativos neoclásicos y la Capilla de la Tercera Orden fue construida con un peculiar estilo local y es un digno ejemplo del barroco del siglo XVIII. En su fachada se utilizó la argamasa, muy similar a la utilizada en el templo de Tepalcingo. La capilla de la Virgen del Carmen fue realizada en un estilo neogótico. En su interior se encuentra un retablo neoclásico dedicado a la Virgen con el mismo nombre y cuenta solamente con un nicho central.

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

1. Segmento de bodas
2. Ruta de Los Conventos

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

Destino: Cuernavaca

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Iniciativa privada.

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

Elija la opción correcta.

(x) Sí

() No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar a jugar, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos. El desayuno está incluido durante la semana. Los miércoles y jueves, las mujeres pagan el 50%. Después de las 14:00 horas \$650 pesos m.n., Marte a viernes: \$650 pesos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el atractivo 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: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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

() Sí

(x) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar al atractivo)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Destino: Cuernavaca

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del atractivo? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado un atractivo diferenciado como turismo cultural.

Seguridad (¿El atractivo puede realizarse con seguridad?)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con página de internet.

Calle Miguel Hidalgo No. 17, Centro, 62000, Cuernavaca, Morelos.

Teléfono: 017773121290

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Balneario La Cascada

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- (X) Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción de la actividad:

El Balneario es de administración ejidal y cuenta con albercas, chapoteaderos, tobogán, extensas áreas verdes y un amplio estacionamiento. Se nutre de aguas de manantiales de Chapultepec, que es agua de baja temperatura.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que se ofrecen).

1. Actividades acuáticas

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión de la actividad (Tipo de gestión y organismo que se encarga de la actividad).

Ejidal.

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

(x) Sí

() No

Comentarios: Tienes que pagar para entrar.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido la actividad 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: No está incluido en paquetes turísticos y ni está integrado a una ruta turística.

Promoción (¿Lleva a cabo la actividad 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 a la actividad)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior de la actividad).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado la actividad para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior de la actividad, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno.

Destino: Cuernavaca

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 la actividad o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica de la actividad? 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: Ninguno.

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno.

Seguridad (*¿La actividad se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con página de internet.

Calle Vicente Guerrero Sn, Colonia Las Granjas, Mza 052, Cuernavaca, Cuernavaca Morelos, México, C.P. 62460.

Teléfono: 7775120137

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL EVENTO ESPECIAL:

Escuela de Español Cemanáhuac

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE EVENTO ESPECIAL (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- (X) Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del evento especial:

Study Spanish where it's spoken

For 35 years, Cemanahuac has offered one of the finest programs of Spanish language study in Mexico. It is an excellent program for those who wish to quickly develop a working proficiency in Spanish.

The school occupies a large villa in the southern part of town and is located within three blocks of a bakery, supermarket, banks, restaurant, bus station, pharmacy and one block from the main street with bus transportation to all parts of the city.

Cemanahuac has 30 classrooms and can accommodate five students and an instructor in each classroom. It has a library, an email room, a snack bar, pool, gardens, two seminar meeting rooms for group of up to 60, disability facilities, a gift shop, and an infirmary.

In addition to the four-hour language classes each day, taught by native speakers of Spanish (from 9:00 to 1:00 each weekday), student may participate in professional seminars, field trips, and conversation and vocabulary classes in the other half of the day. New classes start every Monday.

Those who study at Cemanahuac all ages and professions (from students to senior citizens). Cemanahuac offers special programs for groups of educators, business people, social workers, and health care professionals.

Classes meet 4 to 5 hours per day in small groups of no more than 5 students per class.

Many "out of the classroom exercises" are included in the weekly program, with teachers frequently escorting students to a nearby spots for the purpose of vocabulary building and learning situation- appropriate behaviors and language.

Destino: Cuernavaca

Service – learning this exciting and challenging program is an alternative to Cemanahuac's language immersion course designed for student wishing to have an intensive language experience, meet service-learning requirements, and enjoy an in-depth exposure to contemporary Mexican politics, economics, cultures, and environment concerns. University students can receive credit for two semesters of Spanish and five credits /units for a service-learning course that may fulfill requirement in a number of major curriculum areas. In the service-learning portion, participants spend 10 hours/week with poor and indigenous young people. There is no language pre-requisite. Participants enjoy weekly discussions of current events to Mexico's colorful and turbulent history. Reading for Community Engagement in Mexico is drawn from history, sociology, economics, politics, anthropology and social activism.

Family Housing: At Cemanahuac, a family stay is an integral part of our program, not only for the hospitality students enjoy, but as an additional fist-hand way to experience the culture of Mesoamerica. Families are carefully select and supervised. All homes are within easy walking or public transportation to the school. The family housing program includes three meals per day. Hotel accommodations can also arranged.

Rural Studies Program of the Cemanahuac: choose to study in a small village located about a 75 minute drive from Cuernavaca. It is a charming small town, nestled in an agricultural valley with adobe walls and tiled roof and a population of 9,000 people. Living and studying in this village will provide tremendous insight into the problems that force Mexicans to leave their homes to seek a better life and income for their families.

Field Study Excursions: Each weekend, field study trips are sponsored to place of historic and cultural interest. Areas around Mexico City, such as the Pyramids of the Sun and the Moon at Teotihuacan, the Museum of Anthropology, the Temple Mayor in the center of the Valley of Mexico, and the Folkloric Ballet presented at Place of Fine Arts are frequent destinations, Field trips in the Cuernavaca area, such as Tepoztlán, Xochicalco, Ruta Zapata, downtown city tours, etc., are conducted weekly, and all excursions are led by Cemanahuac anthropologists.

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece evento especial*).

1. Escuela de Turismo Idiomático
2. Recorrido a lugares emblemáticos de Morelos, Distrito Federal, Estado de México y Puebla.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante internacional, el visitante de los Estados Unidos y Canadá son los más significativos.

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

Iniciativa privada.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Solo existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá. No está integrado a ninguna ruta turística.

Destino: Cuernavaca

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

(x) Sí

() No

Comentarios: Su promoción es a través de internet y participación en ferias internacionales.

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

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al evento especial*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: No aplica

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado un evento especial diferenciado como turismo idiomático.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

www.cemanahuac.com

San Juan #4, Col. Las Palmas

Cuernavaca, Morelos, México C.P. 62051

Phone: (52-777) 318-6407

Fax: (52-777) 312-5418

harriet@cemanahuac.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL EVENTO ESPECIAL:

Escuela de Español Cetlalic

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE EVENTO ESPECIAL (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- (X) Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del evento especial:

CETLALIC was founded in 1987 as a progressive school, integrating intensive study of the Spanish language with experiential cultural learning, an analysis of current issues and grassroots organizing by both organizations and individuals who are actively involved in their society.

Our Spanish language program is demanding, but in a friendly atmosphere. Paulo Freire's methodology is applied to the teaching of Spanish as a second language and students are expected to contribute their insights and ask the questions necessary for critical analysis. Our teachers are native speakers with professional training and extensive experience. Classes are limited to five students, 5 hours daily, 9 am to 2 pm. Cultural activities are also offered throughout the week and include excursions, visits with native speakers from Mexico and Latin America, videos, and participation in local fiestas and other cultural events.

Living with a Mexican family is an integral part of our program. It provides a unique experience to learn about the people, their food and their customs, as well as an incomparable opportunity for students to practice and refine their Spanish language abilities. All our families welcome LGBT students.

CETLALIC is small and our staff is able to attend to the needs of each student. Our goal is to promote dialogue between Mexico and the people of other cultures and, in order to reach that goal, we make the experience of every participant our concern.

We welcome all students irrespective of nationality, ethnic origin, race, gender, sexual preference, age, etc.

Destino: Cuernavaca

We offer regular Spanish language classes year-round, along with several social justice programs on subjects such as education, medicine, ministry, women, and LGBT. We often work with universities and other group interested in customizing programs to their particular needs.

CETLALIC is accredited by the Mexican Department of Education (IEBEM-SEP, State of Morelos), and is an active member of the National Association of Spanish School (AMIE) as well the Cuernavaca Association of Spanish School (AIPEC). For general information, you may visit our website at www.cetlatic.org.mx.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece evento especial).*

1. Escuela de Turismo Idiomático
2. Recorrido a lugares emblemáticos de Morelos, Distrito Federal, Estado de México y Puebla.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante internacional, el visitante de los Estados Unidos y Canadá son los más significativos.

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

Iniciativa privada.

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

(x) Sí

() No

Comentarios: Si, existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá.

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el evento especial 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: Solo existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá. No está integrado a ninguna ruta turística.

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

() Sí

(x) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet y participación en ferias internacionales.

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

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al evento especial)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Destino: Cuernavaca

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: No aplica

Destino: Cuernavaca

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado un evento especial diferenciado como turismo idiomático.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

www.cetlalic.org.mx

Francisco I. Madero #721, Col. Miraval

Cuernavaca, Morelos C.P. 62270

+52 (777)313 5450 y 317 0850

infor@cetlalic.org.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL EVENTO ESPECIAL:

Escuela de Español Cuernavaca Language School

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE EVENTO ESPECIAL (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- (X) Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del evento especial:

The CLS was founded in 1960 by Dr. Ivan Illich+ as the “Centro Intercultural de Documentación”, better known as CIDOC. The school is one of Mexico’s oldest and most respected language institutes. We employ a total immersion approach that facilitates rapid improvement in Spanish language skills regardless of the student’s current ability. This is the school for those students considering the Spanish Language as a tool for their trips, studies and professional activities.

Our programs combine language and culture classes, weekend excursion and homestay accommodations that provide the student a unique and rewarding experience. The CLS is accredited by the Public Education Ministry in Morelos, who local and a nation association –AIPEC

Programs

- Intensive Language Group Program
- Individual Language Program
- Spanish for Professionals
- Spanish for families
- Spanish and Art
- Spanish for Pet Lovers
- Seniors Program designed for adults 55+

Excursions and activities

The CLS offers a variety of activities to help bring students into direct contact with the culture surrounding them. Once a week, a short field trip in Cuernavaca takes place visiting interesting sites such as the traditional

Destino: Cuernavaca

market, the ravines, the cathedral, the botanical garden and much more. For those students who would like to meet more Mexican people and practice their Spanish, a weekly “intercambio” is scheduled during the afternoon. Also, dancing, painting, Mexican cooking classes, and movie afternoons are offered upon request at an extra fee.

On weekends, the school organizes independent field-trips to explore some of the cultural and historic points of interest around Cuernavaca, visiting the silver-mining town of Taxco, the outstanding museums of Mexico City, the famous Pyramids of Teotihuacan and Xochicalco, the magic town of Tepoztlán, and the beautiful beaches of Acapulco, as some examples.

Speak and live Spanish in a unique learning experience!

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece evento especial).*

1. Escuela de Turismo Idiomático
2. Recorrido a lugares emblemáticos de Morelos, Distrito Federal, Estado de México y Puebla.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante internacional, el visitante de los Estados Unidos y Canadá son los más significativos.

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

Iniciativa privada.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Solo existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá. No está integrado a ninguna ruta turística.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet y participación en ferias internacionales.

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

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al evento especial)*

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

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



Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: No aplica

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado un evento especial diferenciado como turismo idiomático.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

www.cls.com.mx

Azalea 3, Col. Jardines de Reforma

Cuernavaca, Morelos, México C.P. 62269

+52(777)311 8956

cls@cls.com.mx

clsmexico@yahoo.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL EVENTO ESPECIAL:

Escuela de Español Cuauhnáhuac

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE EVENTO ESPECIAL (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- (X) Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del evento especial:

Cuauhnáhuac Language and Cultural Institute is an intensive Spanish language institute located in Cuernavaca, Morelos, Mexico with more than three decades of experience and prestige. Founded in 1972, we are dedicated to providing high-quality, effective, intensive and flexible programs in the language and culture of Mexico for people from all over the world interested in acquiring a functional fluency in the shortest possible time. We are able to tailor each program according to the specific academic needs or requirement of each institution.

There are many ADVANTAGES to studying the Spanish language with us. Very few language programs around the world offer the opportunity to study as intensively as Cuauhnáhuac:

- The normal intensive language program feature 30 hours of varied instruction from Monday to Friday, and the length of studies can be from one week to as long as student wish.
- Classes are taught at all levels (beginner to advanced) year round, beginning every Monday.
- Private and /or group classes range from one to five students maximum, which enables group reinforcement as well as individual attention tailored to meet each students' specific needs.
- Spanish is the exclusive language of instruction, with a unique and intensive method emphasizing oral communication.
- Our native Spanish speaking teachers are trained in our own exclusive method of teaching Spanish intensively and are government certified to teach Spanish as a second language.
- We offer customized programs for: business executives, health care professionals, members of the clergy, diplomats, legal professionals, bilingual teachers and people planning to work, retire or travel in Spanish speaking countries.

Destino: Cuernavaca

- Student have unlimited exposure to Mexican culture, while living and interacting with caring Mexican host families.
- There are a wide range of extracurricular activities: volunteer work programs; internship programs in education, business, law and medicine; conversation exchange with our students studying at our English Language Institute, art and dance workshops.
- We organize field trips to historical, cultural and recreational sites during the week and/or on weekend.

Cuaunáhuac offers an incomparable campus of 70000 square meters, with beautiful tropical gardens, swimming pool, volley ball/ basket ball court, cafeteria, library, doctor's office and computer lab with wireless internet.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece evento especial).*

1. Escuela de Turismo Idiomático
2. Recorrido a lugares emblemáticos de Morelos, Distrito Federal, Estado de México y Puebla.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante internacional, el visitante de los Estados Unidos y Canadá son los más significativos.

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

Iniciativa privada.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Solo existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá. No está integrado a ninguna ruta turística.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet y participación en ferias internacionales.

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

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al evento especial)*

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)



Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: No aplica

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado un evento especial diferenciado como turismo idiomático.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

www.cuauhnahuac.edu.mx

Morelos Sur#123 Col. Chipitlán

Cuernavaca, Morelos, C.P. 62070

+52 (777)312 3673

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL EVENTO SOCIAL:

Escuela de Español Encuentros

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE EVENTO SOCIAL (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- (X) Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del evento social:

Why “ENCUENTROS”? Our name is derived from the transitive verb “ENCONTRAR” with interesting connotations in Spanish: to meet, to encounter, to find. This word aptly describes our school, which is a place where students meet the Spanish language and Mexico.

Our Facilities. Your first encounter will be our elegant, spacious building with its breath-taking view of the wooded ravine, “Barranca Amanalco”. Mexican art adorns the walls of the school, and our garden exhibits a carefully-tended collection of exotic plants. Here you will truly appreciate the perfect weather and semi-tropical vegetation of Cuernavaca. Our free coffee bar, well-stocked lending library, wi-fi internet access and cozy atmosphere will help you feel comfortable and relaxed: so important to successful language acquisition! Colonia Acapantzingo, our quiet residential neighborhood, is a ten minute walk or five minute bus ride from de center town.

Speaking Spanish is the Key to Mastering It. The best way to learn a language is to use it. The fun and effective classes at ENCUENTROS, based on the communicative approach, guarantee quick results. The regular program is 5 hours per day, Monday to Friday. During the Spanish sessions of this program, with a maximum of 4 students per class, you’ll learn the structural aspects of the language using a variety of didactic materials and fun techniques. In Conversation Class, you’ll practice idiomatic expressions and every day speech. In Survival Spanish beginning students acquire functional language for dealing with real-life situations while intermediate and advanced students attend Charlas (talks) on Mexican history, geography, traditions, and popular culture. Small groups, personalized attention, and classes focusing on using Spanish make ENCUENTROS special.

Two Weekly Visits. Learning a language is much more than memorizing grammar rules. It is using the language in a diverse set of circumstances. It is finding out about the people, the traditions, and the land where it is

Destino: Cuernavaca

spoken. Spanish in Mexico is intricately linked to the people, the customs, the geography, and the collective memory of our country. At ENCIENTROS we introduce our students to these multiple facets. Cuernavaca has weathered every important event in Mexico history, and it's perfect place to meet the past. The visits are unique to the ENCIENTROS lesson plan, a component which we call "authentic material". Each week you will discover places in and around the city, sometimes visiting museums or historical sites, other times meeting people who live and work here. In no time you will master Spanish as the city of Cuernavaca becomes your "classroom".

Professional Programs. If you need Spanish language for professional reasons, ENCIENTROS offers custom-tailored programs for work-related language needs.

Courses are offered in multiple disciplines, including ENCIENTROS for Educators, Health Professionals, Clergy, Social Workers, Therapist, etc Sessions are given in tutorials and the course will be completely personalized to suit your Spanish level and particular needs. A highlight of this program is the weekly professional visit with local residents who share the same background as the student. For example, the ENCIENTROS for Health Professional program can include visits to public health clinics, to doctor's offices, to midwives' birthing centers, etc. Among the options are working voluntarily your free afternoons. During these encounters the conversation flows: there is so much for you to discover, share and learn with Mexicans in your field!

The teachers. The creative, lively instructors who make up the ENCIENTROS teaching team individually accredited by the Secretaría de Educación del Estado de Morelos (State Education Board) They have from 5 to 25 years experience teaching Spanish to foreigners, and come from diverse professional backgrounds. All have the equivalent of B.A. in various disciplines from Mexican institutes.

Afternoon activities and weekend excursions. Complementary afternoon activities such as Mexican cooking classes, Mexican movies and language exchanges with local residents are included in the tuition and provide our students with more information about life and culture in Mexico. Furthermore they are FUN!!!

Try salsa dancing, as well as the optional weekend excursions that round out the program: recreational and educational visits to Taxco, Teotihuacan, Mexico City, and Puebla among others.

Families. We recommend the Mexican homestay as it affords the student the opportunity to practice Spanish as well as gain valuable insights into Mexican lifestyles and culture. We have a close working relationship with our families, who understand that our emphasis is on using the language. The homestay provides you with all meals, and equally important, memorable moments getting to know your Mexican hosts.

Students. ENCIENTROS hosts students from all over the world. Our student body at any given time is composed of an interesting mix of ages, nationalities, and occupation. There is no "typical" student since our participants range from youngsters who are excited about their first trip abroad to eminent academicians, successful business people, and well-known politicians: diverse, independent-minded people who create an exciting synergy from week to week.

You will be surrounded by people who are interested in learning Spanish and finding out about Mexico.

ENCIENTROS is an integral "whole" made up of unforgettable experiences.

Discover ENCIENTROS. It is the sum of many parts.

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece evento especial*).

1. Escuela de Turismo Idiomático
2. Recorrido a lugares emblemáticos de Morelos, Distrito Federal, Estado de México y Puebla.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante internacional, el visitante de los Estados Unidos y Canadá son los más significativos.

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



Destino: Cuernavaca

Iniciativa privada.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Solo existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá. No está integrado a ninguna ruta turística.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet y participación en ferias internacionales.

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

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al evento especial*)

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: No aplica

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado un evento especial diferenciado como turismo idiomático.

Seguridad (*¿El evento especial se puede visitar con seguridad?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

www.learnspanishinmexico.com

Destino: Cuernavaca

Calle Morelos 36, Col. Acapantzingo
Cuernavaca, Morelos, C.P. 62440
52(777)312 9800 Fax 52(777)312 5088 Vonage: 1971 327 7409
encuentros@learnspanishinmexico.com
learnspanishinmexico@yahoo.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL EVENTO SOCIAL:

Escuela de Español Experiencia

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE EVENTO SOCIAL (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- (X) Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del evento social:

Welcome to the Spanish Language School Experiencia Centro Cultural

Experiencia is one of the finest Spanish institutes in Cuernavaca. It was founded in 1977 and offers the most complete Spanish program. We are a small and friendly Spanish language school. The carefully selected teachers have an average of 15 years of teaching Spanish as a second language.

Our Spanish immersion program Consist of:

- 25 hours of Intensive Spanish Language Courses per week
- 10 hours of Cultural Program (Afternoons) per week
- 2 excursions per week

Spanish courses for all ages and interest: if you wish we will tailor a course which suits you requirements (E.g. Social workers, medical Spanish, Spanish for travelers, Spanish for children, and more).

All levels of instruction begin each Monday throughout the year. Students can register for any number of weeks.

We offer a broad spectrum of cultural activities and excursions every week.

During the afternoons we have an intercultural exchange program where you can interact with Mexican student.

You will learn the Spanish language by practicing, as the courses focus on the development of real-life communication skills, while learning about Mexican culture.

Destino: Cuernavaca

The classes take place in a relaxed atmosphere under the palm trees of the school's garden beneath the tropical sun of Cuernavaca.

We offer you total Spanish language immersion by providing you a homestay with carefully select Mexican families. Alternatively you can also take a room in our school hostel, or we can help you to find accommodations which suit you needs.

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece evento especial*).

1. Escuela de Turismo Idiomático
2. Recorrido a lugares emblemáticos de Morelos, Distrito Federal, Estado de México y Puebla.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante internacional, el visitante de los Estados Unidos y Canadá son los más significativos.

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

Iniciativa privada.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Solo existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá. No está integrado a ninguna ruta turística.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet y participación en ferias internacionales.

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

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al evento especial*)

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

Destino: Cuernavaca

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: No aplica

Destino: Cuernavaca

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado un evento especial diferenciado como turismo idiomático.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

www.experienciaspanish.com

Francisco Leyva #200

Colonia Miguel Hidalgo

Cuernavaca Morelos C.P 62050

+52 (777) 312 6579

info@experienciaspanish.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL EVENTO ESPECIAL:

Escuela de Español IDEAL

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE EVENTO ESPECIAL (Marcar la opción a la que corresponda).

- ☐ Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☐ Actividades Recreativas
- ☒ Eventos Especiales
- ☐ Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del evento especial:

About Ideal School for Spanish in Cuernavaca

For more than 33 years we have been dedicated to teaching Spanish as a second language and Mexican and Latin American culture. Ideal's method is directed towards the development of your ability to communicate in Spanish, especially within the Spanish speaking world. From the very first day you will be able to immerse yourself in the language as well as the culture. This way, you will become familiar with how we live, our beliefs, our history, our politics, and our fiestas (and why celebrate them) and much more regarding Mexican culture and social life.

Your program at ideal begins with semi personalized Spanish classes of no more than 5 students. But it doesn't end there! We also offer various extracurricular activities.

These activities are optional, but they are designed to complement the cultural program and are highly recommended. These include chats and conferences, round table discussions, songs and movie in Spanish, cooking classes, dance classes, coffee socials, field trips to cultural and historical sites and much more.

Ideal students are generally placed with different host families living in Cuernavaca whom, as a part of the Ideal program, include their student guest in everyday Mexican activities. As a student, you are not just a client, but rather a member of the family. With your availability and preference in mind, you are always invited to go shopping, attend family celebrations, and receive suggestions on what to do in.

Cuernavaca or simply wander around town

Destino: Cuernavaca

We also receive groups of students, for which we provide tailored language and cultural programs, depending on individual needs and preference. Simply contact an Ideal representative to discuss your particular needs. It will be our pleasure to further discuss a plan that will fulfill your requirement.

Ideal School of Spanish is incorporated by SEP, the Mexican Ministry of Public Education (Secretaría de Educación Pública- Clave 17-PBT-01451). Furthermore, Ideal is an Associate Founder of AIPEC, the association of Institutes for Teaching Spanish in Cuernavaca, of which, Hermilo Brito, the Director of Ideal was President (2005-2007). Also, Ideal is an associate founder of AMIE, the Mexican Association of Spanish Language Institutes.

Since December 2006, Ideal has been an associate center of the Instituto Cervantes of Spain.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece evento especial).*

1. Escuela de Turismo Idiomático
2. Recorrido a lugares emblemáticos de Morelos, Distrito Federal, Estado de México y Puebla.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante internacional, el visitante de los Estados Unidos y Canadá son los más significativos.

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

Iniciativa privada.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Solo existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá. No está integrado a ninguna ruta turística.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet y participación en ferias internacionales.

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

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al evento especial)*

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

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



Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: No aplica

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado un evento especial diferenciado como turismo idiomático.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

www.ideal-school.com

Privada Narciso Mendoza #107, Col. La Pradera

Cuernavaca, Morelos C.P. 62170

+52 (777) 311 7551 Y 311 5910

Info @ideal-school.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL EVENTO ESPECIAL:

Escuela de Español IMEC

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE EVENTO ESPECIAL (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- (X) Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del evento especial:

Welcome to the Mexicano de Español y Cultural

IMEC is your destination to learn or improve you Spanish and discover the beauty of Mexican culture.

With more than 25 years of experience in the field, IMEC's administrative and teaching team is dedicate to surpass your expectations. IMEC is more than a language school focused on facilitating the acquisition of language skills through our total immersion programs. We complement our curriculum with a variety of cultural activities (short courses in Mexican history, Mexican culture, contemporary issues, the Mexican education system, cultural videos, handicrafts, cooking, dancing...) and travel! Equally important is the learning that comes from living with a Mexican family during you stay. Yes, we are proud that all of our innovative techniques and methods promote authentic conversational skills, a warm and friendly atmosphere, personalized attention, and a total quality experience.

At Instituto Mexicano de Español y Cultura, we customize programs for every level. Classes begin every Monday throughout the year. Classes run Monday through Friday, 9:00 am to 3:00 pm. Classes have no more than 5 students.

PROGRAMS OFFERED

- Independent Study
- University Program with credit
- High School Program
- Business Program

Destino: Cuernavaca

- Children's Program
- Medical and health program
- Private classes with flexible schedules to meet your specific needs

SPECIAL PROGRAMS BY REQUEST

Day of the dead

Sabor de Mexico

Spa + Spanish

Golf + Spanish

Mother and daughter

YES, IMEC is your destination to learn Spanish and discover the beauty of Mexican Culture.

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece evento especial*).

1. Escuela de Turismo Idiomático
2. Recorrido a lugares emblemáticos de Morelos, Distrito Federal, Estado de México y Puebla.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante internacional, el visitante de los Estados Unidos y Canadá son los más significativos.

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

Iniciativa privada.

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

Elija la opción correcta.

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Solo existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá. No está integrado a ninguna ruta turística.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet y participación en ferias internacionales.

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

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al evento especial*)

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

Destino: Cuernavaca

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: No aplica

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado un evento especial diferenciado como turismo idiomático.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

www.imeccuernavaca.com.mx

Gobernador de Jalisco 19, Col. Lomas del Mirador

Cuernavaca, Morelos C.P. 62350

+52(777)312 1448 Y 3125617

pregunta@imeccuernavaca.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL EVENTO ESPECIAL:

Escuela de Español KUKULCAN

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE EVENTO ESPECIAL (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- (X) Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del evento especial:

With over decade of experience, the **Kukulcan Educational Spanish Community** has built a reputation for providing high quality Spanish language immersion programs, in a professional, friendly, and caring environment.

Kukulcan is a fully accredited Spanish language school in Cuernavaca with local and international academic recognition. Our programs are not only certified by the Mexican Ministry of Education-SEP 17PET0062X-, but by institutions in the US, Canada and Europe for college credits and professional continuing education units (e.g. the Texas Nurses' Association, Commission on Dietetic Registration, California Public Health Association-North, the Texas Commission in Law Enforcement and Standards, Maryland's Police and Correctional Training Commission, school districts, among others)

We consider **Kukulcan** to be an **Educational Community**, integrating the school, professors, staff, host families, local professionals and business into its academic and cultural learning activities. We offer mainstream programs in Spanish language immersion for all ages and customized seminars for professionals to meet the specialized Spanish needs of those working in fields like law enforcement, health care, education, agriculture, social work, and business.

Kukulcan's motto "**it's good to be bilingual, but better to be bicultural**" summarizes our belief that Spanish should be taught in the cultural and historical context in which it is spoken. Our mission is to help our students develop a high level of conversational fluency and a better understanding of Mexican culture, in the shortest time possible. We accomplish this with a low student to teacher ratio (average of five students per class) and personal attention from teachers that genuinely care about their students' progress.

Destino: Cuernavaca

Kukulcan's modern facilities occupy over 40,000 square feet, featuring spacious indoor and outdoor classrooms, beautiful gardens, a cafeteria, two swimming pools, a business lounge, an auditorium, a cooking lab and wireless connectivity.

The school campus is located in a quiet residential area just a 15- minute walk to downtown, allowing easy access to shop, restaurants, museums, cultural sites and recreational areas.

For all students learning Spanish, we offer a variety of standard courses that cover all aspect of grammar, vocabulary, and fluency in conversation. There are no Spanish pre-requisites for any of our program, so participants can learn at their own pace and at any proficiency level. Students are tested during orientation to ensure that they are placed correctly, from the beginning levels- A1- to the advanced ones –C2-.

Among our general programs are:

- **Spanish immersion** for university students and heritage speakers.
- **Cultural travel study program** for life-long learners or participants with particular fields of interest (e.g. anthropology and traditional medicine)
- **Language camps** for children and teens at our sister school "Colegio Cuernavaca" a local kinder garden, elementary, middle school and high school.
- **Seminars for professionals** in the fields of education, health care, business, agriculture, social work, and criminal justice.
- **Internships and service learning opportunities** through our affiliations with local institutions and businesses. We offer experiences to help students gain real world multi-cultural work experience.
- **Pre & post online courses** which offer introductory Spanish language training and continuity with our Spanish immersion programs.

Whether one needs to learn Spanish for college credit, to advance one's professional career, or simply to enhance one's travels in Latin America, **Kukulcan** offers flexible classroom and online courses to help achieve one's goal.

Remember..."it is good to be bilingual, but it is better to be bicultural"

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece evento especial*).

1. Escuela de Turismo Idiomático
2. Recorrido a lugares emblemáticos de Morelos, Distrito Federal, Estado de México y Puebla.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante internacional, el visitante de los Estados Unidos y Canadá son los más significativos.

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

Iniciativa privada.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá.

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

(☐) Sí

(☒) No



Destino: Cuernavaca

Comentarios: Solo existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá. No está integrado a ninguna ruta turística.

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

(x) Sí

() No

Comentarios: Su promoción es a través de internet y participación en ferias internacionales.

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

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al evento especial*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: No aplica

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado un evento especial diferenciado como turismo idiomático.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

www.kukulcan.com.mx

Manuel Mazar 208 Col. Miraval C.P. 62270

Cuernavaca Morelos, México

+52(777)312 5279 Fax: +52 (777)318 7452

info@kukulcan.com.mx

Toll free U.S. 1(800)946 9762

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL EVENTO ESPECIAL:

Escuela de Español ASLI

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE EVENTO ESPECIAL (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- (X) Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del evento especial:

ASLI SPANISH LANGUAGE INSTITUTE is a professional language school devoted to quality and personal attention. We specialize in the Spanish language and the cultural of Latin America. Due to its outstanding reputation, the institute attracts students from all over the world. It has deliberately limited its size to ensure a superior program. The best way to acquire a language is through total immersion, and the institute offers a unique and valuable experience by using this method.

ASLI SPANISH LANGUAGE INSTITUTE offers a unique opportunity to combine the intensive Spanish Program with a hands-on internship. Students will gain not only valuable work experience, but will also explore a particular field from a cross-cultural perspective.

THE SPANISH LANGUAGE INSTITUTE Center for Latin American Studies program is designed to provide its students with the ideal learning environment which is conducive to thinking, writing and speaking naturally in Spanish within the context of real-life situations. A functional program based on the natural approach to language acquisition will encourage students to develop their Spanish language skills and to discover the Mexican culture as they experience life in a Spanish speaking environment.

This program is designed for independent students as well as for groups from universities, colleges, organizations, government agencies, international corporations and professionals (doctors, nurses, lawyers, social workers, professors, teachers clergymen, missionaries, flight attendants). Also, it is for those travelers wanting to return home with more than just a souvenir, and there is a special program of individualized needs for EXECUTIVES.

Destino: Cuernavaca

ASLI SPANISH LANGUAGE INSTITUTE works with many businesses which has provided the unique opportunity for our students to gain internship experience during their time in Cuernavaca. In addition to sending the intensive Spanish Registration Form, students interested in taking part in an internship should get in touch with us 2 weeks prior to the starting date of their program.

Highlights **ASLI-SPANISH LANGUAGE INSTITUTES'S** mission is the teaching of the Spanish language and Mexican culture exclusively to foreign students. ASLI developed the concept of intensive, small group learning for Spanish language instruction. Since its inception, ASLI has worked using the "Group 5 system", where no more than 5 students grouped according to level of prior Spanish fluency are assigned to each professor.

Excursion Program: Cuernavaca is a centrally located city, from which much of central Mexico can be easily explored. The school offers guided excursions in private transport after classes during the week. Excursions are optional and an additional cost.

Typical excursions are: Xochicalco Archaeological Zone, Teotihuacan Pyramids, Museum of Anthropology, Dolores Olmedo Museum, Puebla and Cholula, around Cuernavaca, etc

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece evento especial*).

1. Escuela de Turismo Idiomático
2. Recorrido a lugares emblemáticos de Morelos, Distrito Federal, Estado de México y Puebla.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante internacional, el visitante de los Estados Unidos y Canadá son los más significativos.

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

Iniciativa privada.

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

☒ Sí

☐ No

Comentarios: Si, existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá.

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

☐ Sí

☒ No

Comentarios: Solo existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá. No está integrado a ninguna ruta turística.

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

☒ Sí

☐ No

Comentarios: Su promoción es a través de internet y participación en ferias internacionales.

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

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al evento especial*)



Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: No aplica

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado un evento especial diferenciado como turismo idiomático.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

www.asli.com.mx

bajada de la Pradera #208, Col. La Palma

Cuernavaca Morelos, México C.P. 62170

52(777)311 0063 Fax 52(777) 317 5294

Reserve: sli.ramospaco@gmail.com

Info@spanishincuernavaca.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL EVENTO ESPECIAL:

Escuela de Español UNIVERSAL Centro de Lengua y Comunicación Social

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE EVENTO ESPECIAL (Marcar la opción a la que corresponda).

- ☐ Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☐ Actividades Recreativas
- ☒ Eventos Especiales
- ☐ Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del evento especial:

The UNIVERSAL Center for Language and Social Communication was founded in 1983 by language instructors seeking an innovative way to teach Spanish within a cultural and social context. It is an immersion program with home stays where your skills in Spanish will improve quickly.

UNIVERSAL offers Spanish language programs specifically tailored to meet the needs of each individual student or group. Spanish courses are offered at a variety of levels, which includes programs for native speakers. We also have family vacation packages and university partnerships. The structure of the courses is dependent upon the level of Spanish each student has acquired, the available time he or she has to study, and the student's personal interests and needs. The classes may be given individually or in groups 3 – 5 hours a day and are complimented by an afternoon cultural program touching on a variety of topics concerning Mexico and Latin America.

Our instructors bring individual talents and interests to the school by designing activities that will enhance the student's language study, such as excursions to points of cultural and historical interest, and exposure to traditional Mexican music and dance: all of this in addition to an on-going lecture series exploring a wide range of topics including fine arts, history, archeology, political science and other disciplines. We find that this makes learning exhilarating and effective.. Experience has also proven that our home-stay option, where students live with a Mexican family in the area, to be an invaluable way to learn about Mexican culture on a personal level, and an important factor in mastering Spanish.

The school encourages extracurricular activities, such as specialized research and group projects, in order to offer students a deeper understanding of Mexican culture, history and contemporary life. We also promote community involvement through our volunteer program and opportunities for independent fieldwork in Cuernavaca and the surrounding valley.

Destino: Cuernavaca

The facilities include 22 classrooms, a small library with books in English and Spanish. There is also a swimming pool, extensive tropical gardens, a patio for barbecue with a ping pong table and volleyball and racquetball courts. We serve light breakfast and on occasion Mexican delights. In addition, we offer shuttle services to the airport, wireless connection, laundry service, money exchange and many other services.

The school is located within walking distance to the zócalo (the main square). You may want to walk there and observe the vibrant scene; people of all ages enjoying live music, Aztec dancing, samba, local artists and artisans selling their products, or you can relax in one of the outdoor cafes. Or stay at UNIVERSAL for a lecture, movie, dance class or relax by the pool.

Come join us at UNIVERSAL for a fully integrated language experience.

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece evento especial*).

3. Escuela de Turismo Idiomático

4. Recorrido a lugares emblemáticos de Morelos, Distrito Federal, Estado de México y Puebla.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante internacional, el visitante de los Estados Unidos y Canadá son los más significativos.

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

Iniciativa privada.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Solo existen paquetes para estudiantes de Universidades de Estados Unidos y Canadá. No está integrado a ninguna ruta turística.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet y participación en ferias internacionales.

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

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al evento especial*)

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

Destino: Cuernavaca

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: No aplica

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado un evento especial diferenciado como turismo idiomático.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

www.universal-spanish.com

Calle Jesús H. Preciado # 171, Colonia San Antón

Cuernavaca, Morelos, México C.P. 62020

Tels. 52(777)318 2904 y 312 4902

Fax. 52(777)318 2910

universal@universal-spanish.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

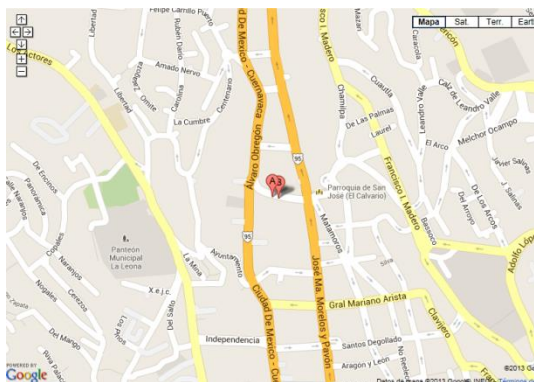
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Spa Orlane Paris By “Las Mañanitas”

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



TIPO DE LA ACTIVIDAD (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- (X) Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción de la actividad:

Entrar a Spa Orlane by Las Mañanitas es dejar atrás lo mundano e introducirse a un santuario de tranquilidad, donde nos aguardan maravillosas sorpresas. Sus espacios fueron creados para seducir el cuerpo y el alma e incluyen dos fantásticas áreas de bienvenida donde el visitante inicia su recorrido de descanso, 8 lujosas suites de tratamiento, dos salas de relajación y un magnifico garden lounge con alberca donde él puede disfrutar una deliciosa experiencia de reposo después de su tratamiento , acompañada de platillos y bebidas de nuestro bistro y rodeada de arte de los reconocidos Jorge Marín, Francisco Zúñiga y Leonardo Nierman, entre otros. Todos los tratamientos y productos de Spa Orlane están diseñados por Orlane Paris, quienes hicieron historia en la industria de belleza al ser los creadores de las primeras cremas de tratamiento con ingrediente activo en 1947.

Cuando los ejecutivos de Spa Orlane visitaron el Spa por primera vez, se emocionaron tanto que mencionaron este lugar lleno de Ángeles.

De ese comentario fue el origen del nombre de las suites de tratamiento: cada una lleva el nombre de un arcángel.

Así, Spa Orlane también honra el sueño de Jorge Marín, creador de los ángeles que protegen sus espacios y quien explica que su obra está dedicada al eterno sueño de volar que tiene el ser humano.

Destino: Cuernavaca

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Tratamientos,
2. Masajes
3. Terapias

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión de la actividad (Tipo de gestión y organismo que se encarga de la actividad).

Iniciativa privada.

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

(x) Sí

() No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar a tratamientos, terapias y masajes, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido en la actividad 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: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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

() Sí

(x) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar a la actividad)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior de la actividad).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Destino: Cuernavaca

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado la actividad para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica de la actividad? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerada una actividad diferenciada como turismo premium y de salud.

Seguridad (*¿La actividad se puede visitar con seguridad?*)

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Calle: Ricardo Linares No. 107, Col. Centro, Cuernavaca Morelos C.P. 62000

Teléfono: 01 777 362 0000

Fax: 01 777 312 8982 / 362 0000

Email: reservaciones@lasmañanitas.com.mx / www.lasmananitas.com.mx

Facebook - Twitter

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Spa Villa Bejar Cuernavaca

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- (X) Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción de la actividad:

Contamos con cabinas para: masajes, tratamientos corporales, faciales, exfoliaciones, lodos, algas marinas, reductivos, anticelulíticos, desintoxicantes, etc. Todo esto ofrecidos por personal altamente capacitado.

Hablar de cultura de salud, de cuidado personal es sencillamente hablar de Spa. Spa (salud Por Agua) tiene sus antecedentes desde nuestros antepasados quienes derivados de la expresión "Salute per Aqua" la palabra Spa, con la que designaban a todos aquellos lugares de aguas minerales y termales en los que la gente practicaba la Balneoterapia con fines curativos.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Tratamientos,
2. Masajes
3. Terapias

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión de la actividad (Tipo de gestión y organismo que se encarga de la actividad).

Iniciativa privada.

Destino: Cuernavaca

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar a tratamientos, terapias y masajes, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

Señalización externa (*Existe señalización para llegar a la actividad*)

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior de la actividad*).

1 2 3 4 5 (☐ 3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado la actividad para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior de la actividad, así como la interpretación*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica de la actividad? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerada una actividad diferenciada como turismo premium y de salud.

Seguridad (*¿La actividad se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Calle: Av. Domingo Díez No. 2350 Col. Chamilpa Cuernavaca Morelos C.P. 62210 México

Teléfono: 01 777 10 10 000 Lada sin costo: 01 800 999 0000



Destino: Cuernavaca

Fax: 01 777 10 10 008

Email: villabejar@villabejar.com.mx / www.villabejar.com.mx

Facebook - Twitter

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

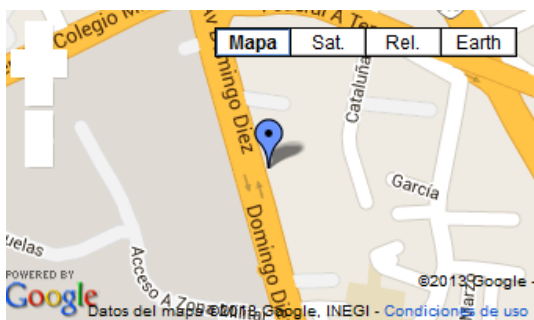
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Portal La Vissta-Health Medical & Aesthetic Spa

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- (X) Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción de la actividad:

Portal La Vissta abre sus puertas con un concepto único orientado hacia el descanso, la salud y la vigorización del cuerpo y del alma; es un lugar único y exclusivo en el que podrá pasar los días más tranquilos de su vida. En un espacio minimalista Portal La Vista ofrece a sus visitantes un lugar donde el tiempo se detiene.

El paisaje y la construcción se conjugan en una armonía que brinda privacidad a todo aquel que se acerque a adquirir algún servicio de Portal.

En Vissta Spa, el Spa de Portal La Vissta, no solo nos preocupamos por su bienestar físico sino que le ofrecemos un espacio en el cual puede equilibrar mente, cuerpo y alma.

Contamos con más de 20 servicios en nuestra área de Spa abiertos al público en general (de 16 años en adelante), para nuestro huéspedes y para pacientes de cirugía estética; este espacio reúne las facilidades para que un paciente que desee someterse a cualquier procedimiento quirúrgico estético, reciba con anticipación tratamientos relajantes, que consisten en limpieza facial, envoltentes corporales, masajes de relajación y meditación entre otros y como servicios post operativos el paciente recibe sesiones de REIKI y atención de una cuidadora las 24 horas sin duda también son muy importantes las manos del cirujano a la hora de hacer un procedimiento perfecto.

Destino: Cuernavaca

Tratamiento corporal que destaca para las mujeres es el exfoliante y envolvente de Espuma de ángel, una combinación de fresa, vainilla, avena y leche que suavizan e hidratan profundamente la piel, eliminando células muertas y dejando un delicioso aroma.

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

1. Tratamientos,
2. Masajes
3. Terapias

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión de la actividad *(Tipo de gestión y organismo que se encarga de la actividad).*

Iniciativa privada.

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

(x) Sí

() No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar a tratamientos, terapias y masajes, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido en la actividad 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: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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

() Sí

(x) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

Señalización externa *(Existe señalización para llegar a la actividad)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior de la actividad).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado la actividad para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica de la actividad? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Si puede ser considerada una actividad diferenciada como turismo premium y de salud.

Seguridad (*¿La actividad se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Calle: Chalma sur No. 22 Col. Lomas de Atzingo

Teléfono: 01 777 102 1861 / 01 777 13 7005 / 01 777 372 1865

Email: reservacionesportal@yahoo.com.mx / www.portallavista.com

Facebook - Twitter

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Spa Posada Tlaltenango

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- (X) Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción de la actividad:

Este Spa se caracteriza por ser la Única Clínica de Anti-envejecimiento en Morelos y Primera Latino América. Dirigidos por la Prestigiada Dra. Alicia Gray Autora del Libro "ENVEJECER NO ES NATURAL"

Localizado en el norte de la ciudad de Cuernavaca Morelos, aquí encontrará la paz que tanto necesita y podrá alejarse del estrés de la vida moderna. Está suficientemente cerca de la Ciudad de México para escaparse de la realidad sin previo aviso. Nadarán en las albercas, se relajarán en el jacuzzi o Saunas o aprovecharán para terminar de leer aquel libro.

Cuenta Con Saunas, Gimnasio, Jacuzzi, Alberca Techada, Temazcal Pre-Hispanico, Cámara Hiperbarica, más 40 Servicios Creados para Prolongar la Belleza y Juventud y la Vida.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Tratamientos,
2. Masajes
3. Terapias

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión de la actividad (Tipo de gestión y organismo que se encarga de la actividad).

Destino: Cuernavaca

Iniciativa privada.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar a tratamientos, terapias y masajes, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

Señalización externa (*Existe señalización para llegar a la actividad*)

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior de la actividad*).

1 2 3 4 5 (☐ 3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado la actividad para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior de la actividad, así como la interpretación*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica de la actividad? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerada una actividad diferenciada como turismo premium y de salud.

Seguridad (*¿La actividad se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Calle Eucaliptos No. 77 Col. Jardines de Tlaltenango, Cuernavaca Morelos.

Telefono: Lada sin costo 01(800) 570-51-53, 01(777) 313-25-25

Destino: Cuernavaca

Fax: 01 (777) 313-03-95

Página de Internet: www.posadatlatenango.com.mx

Email: Hotelspa@posadatlatenango.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Velavi City Spa

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- ☐ Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☒ Actividades Recreativas
- ☐ Eventos Especiales
- ☐ Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción de la actividad:

En Velavi City Spa nos esforzamos por transportar a nuestros visitantes a un lugar relajante donde puedan olvidarse de sus preocupaciones, y darle espacio a sus sueños.

Disfrute al máximo una experiencia única de bienestar y belleza. Desde que llega a Velavi City Spa los aromas, la música, y el sonido del agua lo transportan a un estado de tranquilidad, a un oasis de paz, calma y armonía, encontrara calidad y servicio personalizado, terapeutas expertos que crearán un tratamiento especial y único para usted.

Velavi es una palabra en latín que significa “cubierto por un velo”, evocando a descubrir en nosotros mismos la paz y la belleza interna que da el bienestar.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Tratamientos,
2. Masajes
3. Terapias

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Destino: Cuernavaca

Gestión de la actividad (Tipo de gestión y organismo que se encarga de la actividad).

Iniciativa privada.

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

Elija la opción correcta.

(x) Sí

() No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar a tratamientos, terapias y masajes, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido en la actividad 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: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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

() Sí

(x) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar a la actividad)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior de la actividad).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado la actividad para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior de la actividad, así como la interpretación*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica de la actividad? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerada una actividad diferenciada como turismo premium y de salud.

Seguridad (*¿La actividad se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Destino: Cuernavaca

Av. Atlacomulco S/n Esquina Av. Las Quintas, Colonia Cantarranas, Cuernavaca Morelos.

Telefono: (777) 3 18 40 10 y 08

Fax:

Página de Internet: www.velavicityspa.com

Email: info@velavicityspa.com

Facebook: velavispa

Twitter: velavispa

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

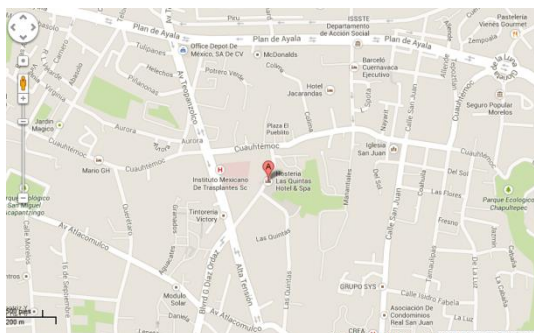
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Hostería Las Quintas Resort Spa

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- (X) Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción de la actividad:

Sensaciones de renovación y vitalidad lo esperan mientras entra a nuestra “Eterna Primavera” con una temperatura promedio de 26°C dentro de los más de 45,000 metros cuadrados de hermosos y bien cuidados jardines en donde encontraran una magnifica variedad de flores exóticas y arboles mezclándose perfectamente en armonía con nuestra arquitectura clásica colonial. Nuestros paquetes “Eco Fitnes” retan a los huéspedes con actividades como montar a caballo, escalar montañas, deportes acuáticos y actividades culturales y arqueológicas en reserva naturales protegidas. Renuévase con los más de 70 tratamientos diferentes y terapias indígentas tales como el Temazcal, la meditación astral y la limpia Xamánica.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

4. Tratamientos,
5. Masajes
6. Terapias

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión de la actividad (Tipo de gestión y organismo que se encarga de la actividad).

Iniciativa privada.

Destino: Cuernavaca

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar a tratamientos, terapias y masajes, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

Señalización externa (*Existe señalización para llegar a la actividad*)

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior de la actividad*).

1 2 3 4 5 (☐ 3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado la actividad para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguna

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

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior de la actividad, así como la interpretación)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica de la actividad? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerada una actividad diferenciada como turismo premium y de salud.

Seguridad (¿La actividad se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Calle: Blvd. Díaz Ordaz No. 9 Col. Cantarranas Cuernavaca, Morelos C.P. 62440

Teléfono: 01 777 362 3949 / 01 800 990 1888 Fax: 01 777 362 3940

Email: reservas@hosterialasquintas.com.mx / www.hosterialasquintas.com.mx

Facebook – Twitter

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

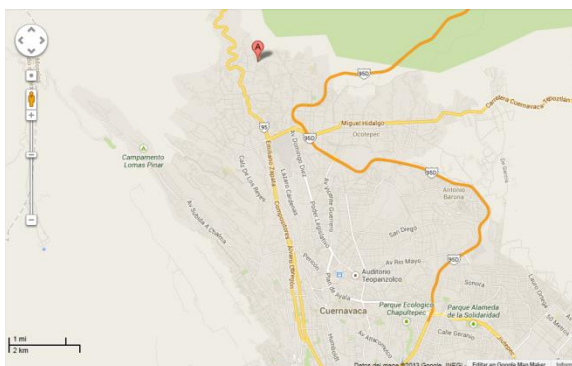
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Temazcalli Mayahuel-Calli

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- (X) Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción de la actividad:

El Temazcal es un baño a base de calor y vapor de un té de plantas curativas, que se realiza al interior de una construcción cerrada, generalmente en forma de iglú, que sirve para aliviar dolores musculares, limpiar la piel, eliminar toxinas al través del sudor. Entre los beneficios que generalmente buscan los usuarios del temazcal es obtener relajación, tranquilidad, descanso y desintoxicar su cuerpo. Por todo el tipo de beneficios que genera el temazcal su uso es muy popular en algunas regiones que conservan la tradición que viene desde tiempos anteriores a la llegada de Colón a tierras de América. En la región de Morelos los antiguos temazcales eran de construcción de base rectangular, como el que existe en la Zona Arqueológica de Xochicalco, sin embargo hoy e día es mas popular el de forma semiesférica en primer lugar porque reparte de una mejor forma el calor dentro de la construcción es mas práctico en su limpieza y preparación, además del simbolismo del temazcal en el que se entiende que al entrar en un temazcal, se busca renacer de la madre tierra con nueva energía para la vida.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

7. Tratamientos,
8. Masajes
9. Terapias

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

Destino: Cuernavaca

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión de la actividad (Tipo de gestión y organismo que se encarga de la actividad).

Iniciativa privada.

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

(x) Sí

() No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar a tratamientos, terapias y masajes, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido en la actividad 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: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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

() Sí

(x) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar a la actividad)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior de la actividad).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado la actividad para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior de la actividad, así como la interpretación*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica de la actividad? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerada una actividad diferenciada como turismo premium y de salud.

Seguridad (*¿La actividad se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios:

Calle Cuatematla no.13, Col. Independencia de Santa María Ahuacatitlán Cuernavaca, Morelos.

Teléfono: (777)3176722

Página de Internet: www.mayahuelcalli.com.mx

Email: mayahuelcalli_13@hotmail.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Finca Chipitlán

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- (X) Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción de la actividad:

Hoy en día los establecimientos Spas no necesariamente cuentan con aguas termales, pero en cambio ofrecen una amplia variedad de servicios con fines de relajación, de estética, medidas preventivas y terapéuticas para la salud y bienestar. La motivación para acudir a un establecimiento Spa es la relajación y el embellecimiento. Las nuevas tendencias se enfocan a ofrecer servicios que inculquen el cuidado de la salud física y mental con medios naturistas y la filosofía holística. Aún cuando la mujer conforma la mayor demanda de los servicios de Spa, la predilección está incrementándose paulatinamente en el género masculino, ya que va tomando conciencia del cuidado de su salud y apariencia. Los visitantes a un Spa, quieren sentirse consentidos y atendidos personalmente. Finca Chipitlán hotel temazcal espacio holístico nace con la función de brindar un hospedaje de calidad retomando el concepto de las antiguas Posadas y Mesones; adaptando este servicio con las comodidades de la vida contemporánea y teniendo la oportunidad de disfrutar de todo lo que Cuernavaca tiene para brindarte.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Tratamientos,
2. Masajes
3. Terapias

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

Destino: Cuernavaca

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión de la actividad (Tipo de gestión y organismo que se encarga de la actividad).

Iniciativa privada.

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

Elija la opción correcta.

(x) Sí

() No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar a tratamientos, terapias y masajes, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido en la actividad 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: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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

() Sí

(x) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar a la actividad)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior de la actividad).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado la actividad para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior de la actividad, así como la interpretación*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica de la actividad? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerada una actividad diferenciada como turismo premium y de salud.

Seguridad (*¿La actividad se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios:

Calle Otilio Montaña #28, Col. Chipitlán, Cuernavaca, Mor.

Telefono: (777) 3143441 lada sin costo 01(800)7274243

Página de Internet: www.finca-chipitlan.com

Email: gerencia@finca-chipitlan.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

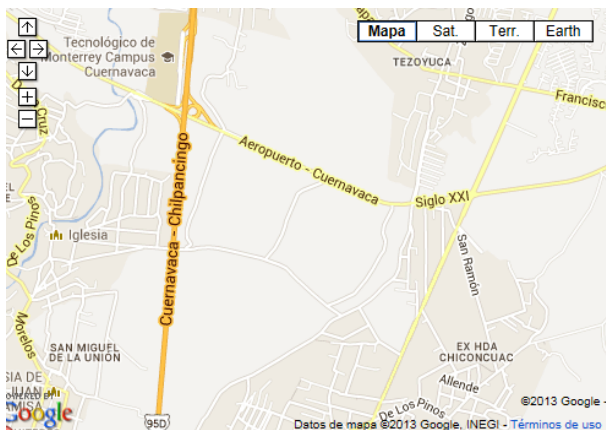
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Instituto Mexicano De Medicina Tradicional
Tlahuilli

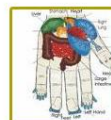
MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- (X) Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción de la actividad:

Kórima, palabra Tarahumara que denomina un compromiso humano basado en la ayuda y el apoyo mutuo, la misma palabra designa el hecho de dar y recibir. Centro Kórima te ofrece una alternativa holística para fortalecer tu interior y exterior, desarrolla en ti las potencialidades internas mediante diversas propuestas y actividades, te da habilidades imprescindibles para la vida y prepara a las nuevas generaciones. Nuestra filosofía e intención se expresa en el significado de la palabra Kórima: "Kórima Comparte". Vive una nueva experiencia. Renace a una nueva Conciencia. Enmarcado en la Armonía de Cuernavaca Morelos...

Llevamos a las personas a integrarse como seres humano para desenvolverse mejor frente a los problemas y tener la posibilidad de convertirse en la mejor versión de sí mismo, de potenciar sus virtudes y de conocerse realmente a uno mismo. Para lograr esto Centro Kórima ofrece talleres, clases, formación para personas, familias, escuelas, empresas y comunidades. Para todo tipo de experiencias en grupo diseñamos tu paquete a la medida de tus necesidades.

Centro Korima cuenta con hospedaje hasta para 12 personas y área de acampar. Cuenta con dos consultorios/ áreas de masaje y un espacio para Indotica. Otros servicios.- hay dos salones para clases de Yoga, Tai-chi, salsa y demás actividades físicas, cuenta con alberca.

Destino: Cuernavaca

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

4. Tratamientos,
5. Masajes
6. Terapias

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión de la actividad (Tipo de gestión y organismo que se encarga de la actividad).

Iniciativa privada.

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

(x) Sí

() No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar a tratamientos, terapias y masajes, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido en la actividad 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: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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

() Sí

(x) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar a la actividad)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior de la actividad).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Destino: Cuernavaca

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado la actividad para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica de la actividad? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerada una actividad diferenciada como turismo premium y de salud.

Seguridad (*¿La actividad se puede visitar con seguridad?*)

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Calle Guadalajara (antes G. Gómez Azcárate) 404 Col. Reforma, Cuernavaca, Mor.

Teléfono: (777) 3135114

Página de Internet: www.centrokorima.co

Email: korima@centrokorima.com , Claudia@centrokorima.com

Facebook: centrokorima

Twitter: youtube: centrokorima

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

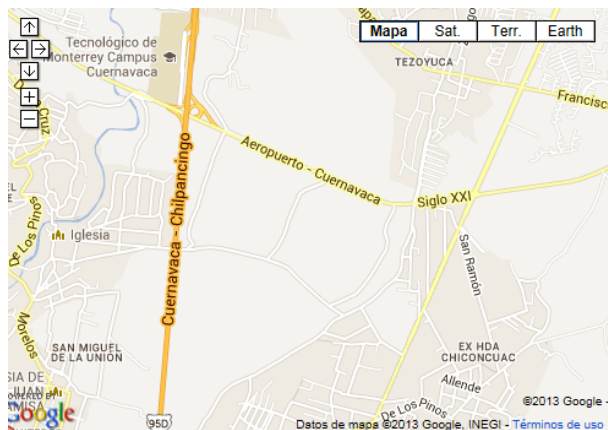
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Instituto Mexicano De Medicina Tradicional
Tlahuilli

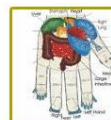
MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



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

- ☐ Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☒ Actividades Recreativas
- ☐ Eventos Especiales
- ☐ Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción de la actividad:

Kórima, palabra Tarahumara que denomina un compromiso humano basado en la ayuda y el apoyo mutuo, la misma palabra designa el hecho de dar y recibir. Centro Kórima te ofrece una alternativa holística para fortalecer tu interior y exterior, desarrolla en ti las potencialidades internas mediante diversas propuestas y actividades, te da habilidades imprescindibles para la vida y prepara a las nuevas generaciones. Nuestra filosofía e intención se expresa en el significado de la palabra Kórima: "Kórima Comparte". Vive una nueva experiencia. Renace a una nueva Conciencia. Enmarcado en la Armonía de Cuernavaca Morelos...

Llevamos a las personas a integrarse como seres humano para desenvolverse mejor frente a los problemas y tener la posibilidad de convertirse en la mejor versión de sí mismo, de potenciar sus virtudes y de conocerse realmente a uno mismo. Para lograr esto Centro Kórima ofrece talleres, clases, formación para personas, familias, escuelas, empresas y comunidades. Para todo tipo de experiencias en grupo diseñamos tu paquete a la medida de tus necesidades.

Centro Korima cuenta con hospedaje hasta para 12 personas y área de acampar. Cuenta con dos consultorios/ áreas de masaje y un espacio para Indotica. Otros servicios.- hay dos salones para clases de Yoga, Tai-chi, salsa y demás actividades físicas, cuenta con alberca.

Destino: Cuernavaca

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

7. Tratamientos,
8. Masajes
9. Terapias

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión de la actividad (Tipo de gestión y organismo que se encarga de la actividad).

Iniciativa privada.

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

(x) Sí

() No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar a tratamientos, terapias y masajes, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido en la actividad 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: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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

() Sí

(x) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar a la actividad)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior de la actividad).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Destino: Cuernavaca

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado la actividad para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica de la actividad? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerada una actividad diferenciada como turismo premium y de salud.

Seguridad (*¿La actividad se puede visitar con seguridad?*)

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Calle Guadalajara (antes G.Gómez Azcárate) 404 Col. Reforma, Cuernavaca, Mor.

Telefono: (777) 3135114

Página de Internet: www.centrokorima.co

Email: korima@centrokorima.com , Claudia@centrokorima.com

Facebook: centrokorima

Twitter: youtube: centrokorima

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

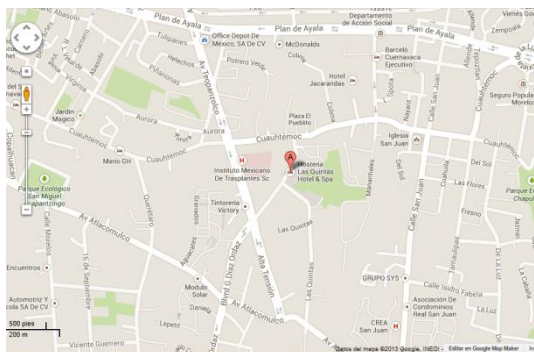
NOMBRE DEL SERVICIO:

Club de Calidad Tesoros de Morelos: Hostería Las Quintas

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- ☐ Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☐ Actividades Recreativas
- ☐ Eventos Especiales
- ☐ Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Un oasis de 10,000 m2 de maravillosos jardines, donde se enclava un edificio de arquitectura Mexicana colonial rodeada de árboles exóticos, plantas y flores de todo el mundo, resaltadas por una colección de esculturas de bronce y arte mexicano. Tratamientos de relajación y terapias de meditación en un lugar perfecto para encontrar el equilibrio en total armonía con la naturaleza. Destaca su restaurante Verde Fino (steak garden) con excelentes cortes y platillos de cocina internacional. Posee el certificado de Calidad Ambiental Turística PROFEPA. Cuenta con 6 habitaciones standard, 31 terrazas suites, 29 terrazas suites superior y 14 jacuzzi suites.

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

1. Hospedaje
2. Gimnasio y spa
3. Turismo de reuniones y bodas

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Destino: Cuernavaca

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

Iniciativa privada.

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

(x) Sí

() No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar a jugar, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos. El desayuno está incluido durante la semana. Los miércoles y jueves, las mujeres pagan el 50%. Después de las 14:00 horas \$650 pesos m.n., Marte a viernes: \$650 pesos.

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

() Sí

(x) No

Comentarios: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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: Su promoción es a través de internet.

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: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado recurso diferenciado como turismo premium y bodas.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Díaz Ordaz 9, Cantarranas, 62448 Cuernavaca, Morelos, México. Teléfono +52 777 318 3949

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:

Club de Calidad Tesoros de Morelos: Hotel Casa Azul

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Reunir los estilos de todo México en un hotel de 24 habitaciones es una tarea tan difícil. A dos cuadras del casco histórico de Cuernavaca, Casa Azul logra presentar ese abanico multicolor de estados, regiones y tradiciones de forma armónica bajo su sobria arquitectura de inspiración colonial. Alrededor de un patio central con alberca y zonas verdes, las habitaciones y estancias se suceden vestidas del mobiliario artesanal correspondiente a cada región. Las habitaciones: 2 deluxe petite, 13 deluxe, 9 deluxe grand.

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

1. Hospedaje
2. Spa y Gimnasio
3. Turismo de reuniones

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Iniciativa privada.

Destino: Cuernavaca

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, es necesario pagar para hospedarse, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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: Su promoción es a través de internet.

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: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguna

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)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado recurso diferenciado como turismo premium.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Tel: + 52 (777) 314-21-41

C. Gral Mariano Arista No. 17, Col. Centro, Cuernavaca, Mor. C.P. 62000

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

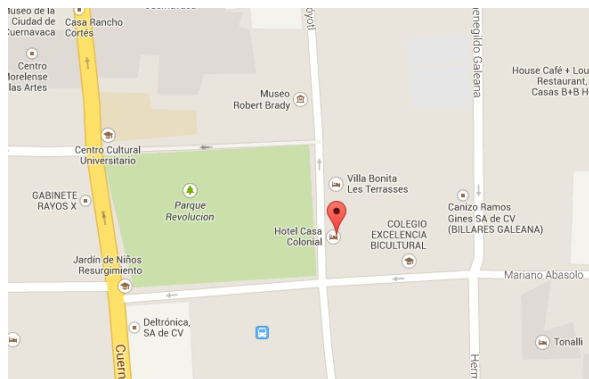
NOMBRE DEL RECURSO:

Club de Calidad Tesoros de Morelos: Hotel Casa Colonial

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- (X) Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Antigua casona, ubicada en el centro de la ciudad, de construcción típica de la Cuernavaca Colonial que formó parte de los recintos de la Catedral. Fina decoración, con muebles de época, madera labrada y tallada, en cada una de las diecinueve habitaciones. Tranquilidad y reposo en los jardines y alberca; espacios ideales para la celebración de eventos especiales. A unos cuantos pasos, la Catedral, el jardín borda y el Museo Brady. 19 habitaciones.

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

1. Hospedaje
2. Spa y Gimnasio
3. Turismo de reuniones y bodas

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Iniciativa privada.

Destino: Cuernavaca

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, es necesario pagar para hospedarse, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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: Su promoción es a través de internet.

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: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguna

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)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado recurso diferenciado como turismo premium.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Dirección: Netzahualcoyotl 37, Centro Histórico, Cuernavaca 62000, México

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

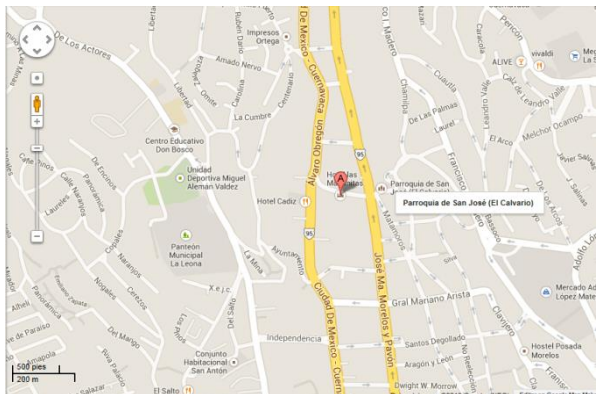
NOMBRE DEL RECURSO:

Club de Calidad Tesoros de Morelos: Las Mañanitas Hotel Garden Restaurant & Spa.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- (X) Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Todo en Las Mañanitas invita al descanso. Una elegancia colonial impregna cada rincón de este paraíso de jardines abundantes donde aves exóticas merodean libremente entre esculturas de tamaño natural. Reconocido como parte de la prestigiosa cadena Relais & Chateaux, es visitado por quienes buscan el encanto de la tradición y el relajamiento. Su maravilloso restaurante sirve platillos que mezclan ingredientes de temporada con recetas típicas y de alta cocina internacional con una buena dosis de ingenio. Sus salones ejecutivos para reuniones de negocios están equipados para combinar de manera espectacular el trabajo con el placer. Entrar a Spa Orlane by Las Mañanitas es dejar atrás lo mundano e introducirse a un santuario de tranquilidad, donde aguardan maravillosas sorpresas. Cuenta con 25 suites.

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

1. Hospedaje
2. Spa y Gimnasio
3. Turismo de reuniones y bodas

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Destino: Cuernavaca

Iniciativa privada.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, es necesario pagar para hospedarse, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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: Su promoción es a través de internet.

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: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado recurso diferenciado como turismo premium.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Ricardo Linares 107, Centro, 62000 Cuernavaca, Morelos, México. Tel. +52 777 362 0000.

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:

Club de Calidad Tesoros de Morelos: Restaurante
el Rincón del Bife

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- (X) Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La mezcla perfecta de cinco elementos, agua, tierra, aire y fuego y... el servicio y la atención de este establecimiento crea una atmósfera mágica, proponiendo una deliciosa fusión de la cocina mexicana e internacional con la parrilla argentina. La calidad de sus materias primas y los toques innovadores, junto a un justo punto de ambición, lo han situado entre los más afamados de Cuernavaca. El Rincón ofrece servicios adaptados a cada uno de sus invitados.

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

1. Gastronomía.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Iniciativa privada.

Destino: Cuernavaca

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

(x) Sí

() No

Comentarios: Si, es necesario pagar para degustar los platillos que ofrecen, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

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: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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: Su promoción es a través de internet.

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: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado recurso diferenciado como turismo gastronómico.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

San Diego 1001, Vista Hermosa, 62290 Cuernavaca, Morelos, México. Teléfono +52 777 315 4794

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:

Club de Calidad Tesoros de Morelos: Restaurante Casa Hidalgo.

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- (X) Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Vieja casona de principios de siglo XX. La sala principal de la primera planta cuenta con una espléndida terraza con las mejores vistas de Cuernavaca hacia el regio palacio de Cortés; en la segunda planta, un acogedor espacio con una preciosa y atrevida balconada hacia el zócalo; y en la azotea, el bar Hidalgo Lounge para disfrutar jueves, viernes y sábados de unas vistas espectaculares acompañadas de los mejores tragos. La oferta gastronómica del lugar deja constancia de la internacionalidad de la cocina mexicana en toda su expresión, muy actual y creativa. Su servicio es atento y muy profesional. La bodega, el capricho de Juan, oferta una muy cuidada selección que permite disfrutar de vinos de diferentes lugares del mundo.

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

1. Gastronomía.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Iniciativa privada.

Destino: Cuernavaca

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, es necesario pagar para degustar los platillos que ofrecen, no existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: No está incluido en ningún paquete turístico y no está integrado a ninguna ruta turística.

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: Su promoción es a través de internet.

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: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado recurso diferenciado como turismo gastronómico.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Hidalgo 6, Centro, 62000 Cuernavaca, Morelos, México, Teléfono +52 777 312 2749

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL ATRACTIVO:

Zona Arqueológica de Teopanzolco

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- ☒ (X) Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ () Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☐ () Actividades Recreativas
- ☐ () Eventos Especiales
- ☐ () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del atractivo:

Teopanzolco es un sitio arqueológico que se ubica en la ciudad de Cuernavaca, Morelos, México. Teopanzolco es una palabra del idioma náhuatl que se interpreta como *El lugar del templo viejo*. 14 edificios se levantan en Teopanzolco. El Edificio 1 por sus dimensiones está considerado el principal. Un gran basamento piramidal de planta rectangular; en el que se observan dos etapas de construcción sobrepuestas. En la arquitectura del México antiguo era común la sobreposición de edificaciones. Entre los dos cuerpos existe una entrecalle, recurso arqueológico, que muestra las diferentes etapas constructivas.

En la fachada principal orientada al oeste, se encuentran las escalinatas dobles, las cuales dan acceso al templo correspondiente. El templo del norte está dedicado a Tláloc, dios del Agua Celeste y la fertilidad. El templo del sur está consagrado a Huitzilopochtli, representante del Sol y dios de la Guerra.

El templo de Tláloc consta de un recinto con cuatro pilastras en los extremos. El de Huitzilopochtli es mayor y está dividido en dos secciones, en la del fondo se conservan restos de un altar.

Frente al Edificio 1 se abre una amplia plaza de planta rectangular, al sur se localiza el Edificio 2, al lado norte del 1, se ubica el 12 y en la parte posterior del 1, en el lado este del sitio se encuentran el 13 y el 14. El extremo oeste está limitado por los demás edificios, y en el norte no hay construcciones.

El edificio 2 es una plataforma baja, de planta irregular, que presenta en la cara norte una amplia escalinata. Los edificios 3 y 5 son basamentos de planta cuadrangular con escaleras. En esta última, en una fosa fue localizado un gran conjunto de restos óseos humanos, mezclados con navajas de obsidiana.

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

1. Visita guiada a la Zona Arqueológica

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Destino: Cuernavaca

El sitio está al cuidado del Instituto Nacional de Antropología e Historia

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar, existen descuentos a estudiantes y ancianos.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si está incluido a paquete turístico y está integrado a rutas turísticas.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

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

1 2 3 4 5 (☒ 3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☒ 3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☒ 5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☒ 1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (☒ 5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del atractivo? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado un atractivo diferenciado como turismo cultural y arqueológico.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Hidalgo 6, Centro, 62000 Cuernavaca, Morelos, México, Teléfono +52 777 312 2749

Horario: Lunes a domingo de 9 a 18 horas.

Teléfono: 01 (777) 3141284.

El visitante podrá comprar boletos de entrada para la zona arqueológica hasta las 17: 30 horas.

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:

Museo de Fotografía Antigua “El castillito”

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- ☒ (X) Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ () Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☐ () Actividades Recreativas
- ☐ () Eventos Especiales
- ☐ () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del atractivo:

Edificado a principios de siglo para que sirviera de vivienda al encargado del parque Porfirio Díaz, el recinto realmente es una miniatura. El **Museo de Fotografía Antigua** comúnmente conocido como **El Castillito** está enteramente construido con tabique comprimido de color rojo. Fue recuperada por el gobernador del estado Vicente Estrada Cajigal en 1986 y destinado como sede del Consejo Consultivo Municipal y Museo Fotográfico de la Ciudad. Sus pequeñas salas cuentan con muebles de la época y exhiben en una agradable atmósfera algunas de las fotografías más antiguas de la ciudad.

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

1. Visita guiada

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

El sitio está al cuidado del Instituto Nacional de Antropología e Historia

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

Destino: Cuernavaca

(x) Sí

() No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar, existen descuentos a estudiantes y ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el atractivo 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: Si está incluido a paquete turístico y está integrado a rutas turísticas.

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

(X) Sí

() No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar al atractivo)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del atractivo? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Agustín Güemes Celis No.1, a un costado de la Iglesia Chapitel del Calvario, Zona Centro.

Abierto de martes a domingo desde las 10:00 hasta las 18:00 horas.

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

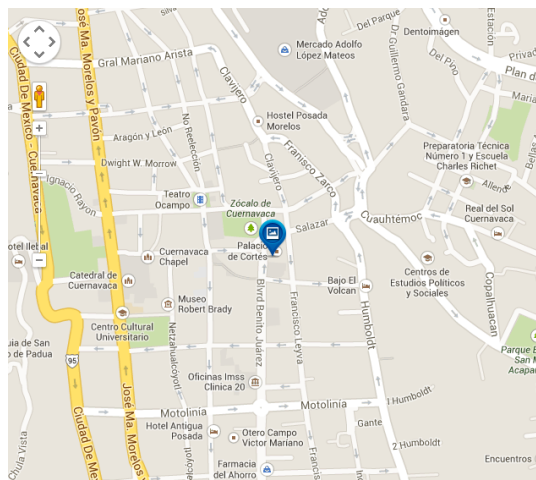
NOMBRE DEL ATRACTIVO:

Museo Regional Cuauhnáhuac – Palacio de Cortés

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- ☒ (X) Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ () Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☐ () Actividades Recreativas
- ☐ () Eventos Especiales
- ☐ () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del atractivo:

El Museo Regional Cuauhnáhuac ocupa el imponente Palacio de Cortés, monumento que concentra el más rico y complejo legado histórico del estado de Morelos. Hernán Cortés encargó su construcción para utilizarlo como residencia familiar y sede del Marquesado del Valle de Oaxaca. Su arquitectura medieval tiene un aspecto de palacio-fortaleza, que a través de los años, se ha destinado a muy diversos usos. El Palacio de Cortés puede apreciarse en dos dimensiones: la primera desde el punto de vista arquitectónico, el cual nos refiere las diferentes etapas de su construcción en el siglo XVI. Edificado sobre las ruinas de la sede del Señorío de Cuauhnáhuac, se destinó posteriormente a templo católico, palacio del conquistador y su familia, cárcel, palacio de la República y sede del Gobierno Estatal.

La segunda la constituye su carácter de museo y centro cultural desde febrero de 1974, ya que en su interior se resguarda una importante colección de bienes paleontológicos, arqueológicos, históricos y artísticos que describen e ilustran el devenir del estado de Morelos. La fachada es de piedra y se encuentra ubicada sobre una gran explanada. Al norte, destaca un torreón con reloj que data de 1910 con motivo del primer centenario de la Independencia.

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

Destino: Cuernavaca

1. Visita guiada al museo de sitio.
2. Recorrido individual, en pareja o familiar.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

El sitio está al cuidado del Instituto Nacional de Antropología e Historia

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Abierto al público de martes a domingo de 10 a 17 hrs. Entrada general \$41. Domingos entrada libre Maestros, estudiantes, niños menores de 13 años e INAPAM entrada libre. La utilización de videocámara está sujeta al pago de derechos.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si está incluido a paquete turístico y está integrado a rutas turísticas.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☒ 3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☒ 5)

Comentarios: Ninguno

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

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del atractivo? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno.

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

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Leyva 100, Centro, CP 62000, Cuernavaca, Cuernavaca, Morelos, Tels.: (777) 312 69 96, 312 81 71, 310 18 45 palaciodecortes@inah.gob.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

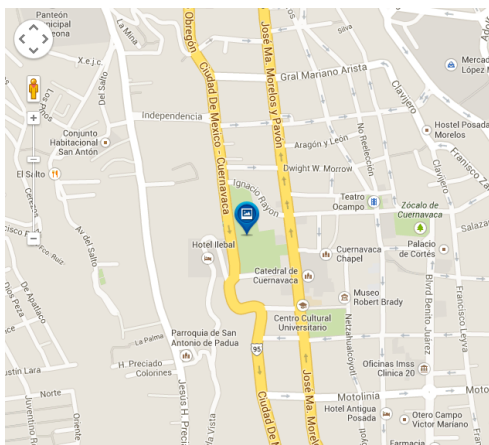
NOMBRE DEL ATRACTIVO:

Museo de Sitio del Jardín Borda

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- ☒ (X) Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ () Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☐ () Actividades Recreativas
- ☐ () Eventos Especiales
- ☐ () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del atractivo:

Muy cerca de la catedral se encuentra esta ex mansión de veraneo con hermosos jardines, que construyera el rico minero de **Taxco**, José de la Borda. Afecto al estudio de la botánica y la horticultura, reunió en ese sitio varias especies de plantas en el marco de arquitectura al estilo francés. Tiene una iglesia alemana que se construyera también antes de 1778. Las obras del **Jardín Borda** incluyendo el lago interior se terminaron en 1783. El lugar se hizo famoso, además de por sus jardines, por los libros y los artículos que los visitantes que se alojaron en él escribieron acerca del mismo. Sirvió como residencia de verano para los **emperadores Maximiliano y Carlota Amalia** quienes seleccionaron el lugar por su belleza. En la "Sección Juárez" se logra recrear el ambiente antiguo del edificio, aquí se encuentra el Museo de Sitio, el cual cuenta con muebles y vestidos del siglo XVIII, y con copias de documentos del Imperio. Actualmente, el Jardín Borda es parte de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Morelos, que realiza eventos de tipo cultural: exposiciones de pintura, escultura, artes plásticas y fotografía, así como espectáculos de danza, teatro y una gran cantidad de conciertos. Actualmente cuenta con restaurante; varias salas de exposición; sala de conciertos; museo de sitio con muebles y vestidos del siglo XVIII y copias de documentos del Imperio; librería, Foro del Lago; lago artificial con paseos en lancha; y por supuesto, el jardín que le da el nombre y caracteriza al lugar.

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

Destino: Cuernavaca

1. Recorrido individual, en pareja o familiar.
2. Visitas guiadas.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

El sitio está al cuidado de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Morelos.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar, si existen descuentos a estudiantes y ancianos.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si está incluido a un paquete turístico y si está integrado a rutas turísticas.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

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

1 2 3 4 5 (☒ 3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☒ 3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☒ 5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☒ 5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del atractivo? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado un atractivo diferenciado en turismo cultural.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Av. Morelos No. 271, Centro, Cuernavaca. Abierto de martes a domingo de 10:00 a 17:30 hrs. Tel: (777) 318-1050

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

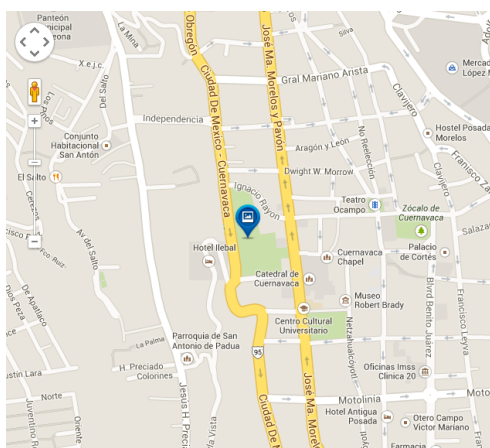
NOMBRE DEL ATRACTIVO:

Museo Robert Brady

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



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

- ☒ (X) Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ () Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☐ () Actividades Recreativas
- ☐ () Eventos Especiales
- ☐ () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del atractivo:

Ubicado a un costado de la Catedral de Cuernavaca, Morelos, se encuentra la Casa de la Torre, ex convento franciscano del siglo XVI, recinto que alberga el Museo Robert Brady. La exquisita colección que se exhibe en el museo está conformada por más de 1300 piezas reunidas por el artista norteamericano Robert Brady (1928-1986). Viajero incansable, visitó: África, América, Oceanía, la India y el Lejano Oriente. Brady adquiría piezas de cada país que conocía: muebles, cuadros y esculturas coloniales, figuras prehispánicas, textiles, cerámica popular, arte primitivo, al igual que obras de artistas connotados como Rufino Tamayo, Frida Kahlo, Miguel Covarrubias, Maurice Prendergast, Marsden Hartley, Graham Sutherland, Francisco Toledo, José Guadalupe Posada, María Izquierdo, sólo por mencionar algunos.

Robert Brady

Nació el 3 febrero de 1928 en Fort Dodge, Iowa, Estados Unidos. Por la influencia de su madre, quien daba clases de pintura, estudió arte en el Art Institut of Chicago, en la Universidad de Temple, Philadelphia y en The Barnes Foundation. En su estancia de seis en Venecia estableció una gran amistad con la artista Peggy Guggenheim, quien también donó su casa como museo y está sepultada junto con sus perros en el jardín, cosa que Robert Brady hizo de igual manera. En 1959 Brady viajó a la ciudad de México donde radicó por dos años. En 1961, conoció Cuernavaca, Morelos, ciudad de la quedó prendado, motivo por el cual compró la Casa de

Destino: Cuernavaca

la Torre, ex convento franciscano del siglo XVI. La edificación se encontraba muy deteriorada por lo que se dedicó a restaurarla, respetando los cánones de la arquitectura colonial, labor que le llevó 24 años.

Pasaba alrededor de 9 meses en su casa de Cuernavaca y el resto viajando por el mundo. Cuando no viajaba se dedicaba a pintar y diseñar tapices, los cuales mandaba a tejer a Chiconcuac. Su trabajo pictórico fue expuesto en galerías de Nueva York, Venecia, Philadelphia y Providence; y sus diseños en tapicería en México y Los Angeles. Robert Brady murió el 20 de junio de 1986 en su casa, y dejó como última voluntad que su casa quedara abierta al público como museo.

El Museo

Después de una labor de restauración y registro de las obras de más de dos años, realizada por personal de Instituto Nacional de Antropología e Historia de Morelos, el Museo Robert Brady abrió sus puertas al público el 18 de febrero de 1990. Cada espacio de la casa es una sala, con una atmósfera especial y acogedora, tal y como él la dejó. La museografía está basada en las enseñanzas de su mentor Albert C. Barnes. El recorrido inicia en el patio principal donde destacan piezas prehispánicas, una cruz atrial, y una linterna japonesa que le obsequió Erich Fromm. En el hall se encuentra una colección de arte religioso mexicano virreinal. Al costado derecho del hall esta la cantina, la cual contiene una colección de artesanías mexicanas, máscaras y figuras de guerreros. Cabe destacar que los numerosos cojines que adornan toda la casa fueron confeccionados por Brady con telas que adquiría en también es sus viajes. Al costado izquierdo se encuentra el baño de visitas adornado por azulejos poblanos, es el escenario de arte primitivo haitiano. La siguiente habitación se conoce como la "Galería de obra gráfica", presenta obras de Diego Rivera, Francisco Toledo, Max Beckman, Rufino Tamayo, José Clemente Orozco, entre otros. En el jardín superior se encuentra una alberca, ahí se ubica la terraza llamada "Cuarto de arte tribal", donde se exhiben piezas de gran variedad de países donde destacan unas palomas Huicholes con chaquira recargadas en una mesa de Camerún hecha del mismo material. Al llegar al comedor se puede apreciar una singular colección de pinturas de San Pascual Bailón, fraile franciscano, santo patrono de los cocineros. En esta área, hay una estupenda colección de objetos de Arte Decó y un retrato de María la cocinera de Brady, firmado por él mismo. En la planta alta aparece en primera instancia, una figura estofada de un apóstol, un mueble que fue parte de un altar del siglo XVII, el cual Brady transformó en vitrina para mostrar pequeños objetos de origen etrusco, prehispánico, peruano, africano, etc. En la habitación amarilla se aprecia un autorretrato de Frida Kahlo, además de obras de María Izquierdo, Rufino Tamayo, Milton Avery, Graham Sutherland, del mismo Brady, al igual que objetos primitivos. Posteriormente se camina un largo pasillo (donde cuelga una cortina proveniente de un templo de Rajastán, entre otros objetos), el cual conduce a lo que se conoce como la Recámara Oriental, ambientada con piezas provenientes de Persia, India, Japón y Korea. La decoración de la habitación fue hecha a semejanza de Oriente con colores llamativos como rosa, naranja y rojo. Destaca un Buda de origen tailandés del siglo XVII. Otro punto de gran interés de la casa es la Suite de Brady, donde hay una colección de Cristos provenientes de todo el mundo, lo mismo que una Virgen de Guadalupe que data de la conquista, la cual es uno de los pocos ejemplos del arte plumario, técnica que utilizaban los mexicas.

En el baño de la suite se exhiben dos posters de los años 20, al igual que obras de Rafael Coronel, Piramessi y Miguel Covarrubias. El museo también cuenta con una sala audiovisual donde se proyectan películas de arte los fines de semana y un café ubicado en el jardín.

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

1. Recorrido individual, en pareja o familiar.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

El sitio está al cuidado de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Morelos.

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

Destino: Cuernavaca

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar, si existen descuentos a estudiantes y ancianos.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si está incluido a un paquete turístico y si está integrado a rutas turísticas.

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Su promoción es a través de internet.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar al atractivo)

1 2 3 4 5 (☒ 3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☒ 3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☒ 1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☒ 5)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (☒ 5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del atractivo? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado un atractivo diferenciado en turismo cultural.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

El Museo Robert Brady, se ubica en la Calle de Nezahualcoyotl #4, en el Centro Cuernavaca, Morelos, México. Abre de martes a domingo de 10:00 a 18:00 horas, el costo es de \$20 pesos. Informes: 52 (777) 318-8554 y 314-3529. E-mail: museobrady@prodigy.net.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

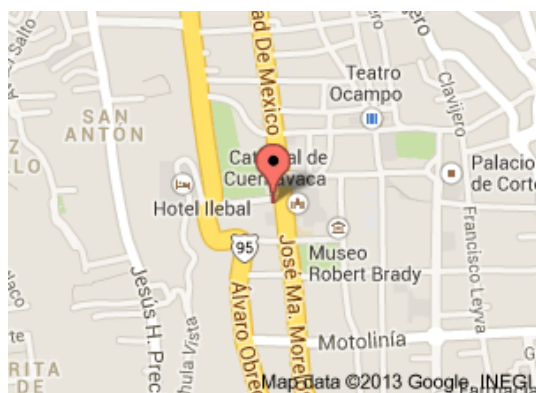
NOMBRE DEL ATRACTIVO:

Museo de la Ciudad de Cuernavaca

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- ☒ (X) Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ () Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☐ () Actividades Recreativas
- ☐ () Eventos Especiales
- ☐ () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del atractivo

Pequeño museo cuya construcción es de techos de tejas a dos aguas, durante todo el año hay exposiciones temporales con duración de un mes, de diversos autores conocidos. Abierto al público de martes a domingo de 10:00 a 17:00 hrs. Av. Morelos 278 Centro Cuernavaca, Morelos 278 , esquina con , Cuernavaca, Morelos. Tels.: (777) 3186 498 Abierto al público: De martes a domingo, , 10:00 - 18:00 hrs. Entrada libre.

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

1. Recorrido individual, en pareja o familiar.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

El sitio está al cuidado del Ayuntamiento de Cuernavaca.

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

Destino: Cuernavaca

() Sí

(X) No

Comentarios: Entrada Libre.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el atractivo 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar al atractivo)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del atractivo? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No puede ser considerado un atractivo diferenciado en turismo cultural.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Abierto al público de martes a domingo de 10:00 a 17:00 hrs. Av. Morelos 278 Centro Cuernavaca, Morelos 278 , esquina con , Cuernavaca, Morelos. Tels.: (777) 3186 498. Abierto al público: De martes a domingo, 10:00 - 18:00 hrs. Entrada libre.

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL ATRACTIVO:

Papalote Museo del Niño

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



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

- ☒ (X) Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ () Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☐ () Actividades Recreativas
- ☐ () Eventos Especiales
- ☐ () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del atractivo:

Es la primera sucursal permanente de Papalote Museo del Niño y estamos establecidos en la Ciudad de Cuernavaca, Morelos, con un nuevo concepto de museo orientado al arte y temas afines, único en México y Latinoamérica. Papalote Cuernavaca es un espacio de interpretación y descubrimiento del mundo artístico y estético, en donde los niños son los actores principales y el juego, la herramienta de todas sus expresiones. Papalote Cuernavaca es una iniciativa de Costco México y Fundación Comercial Mexicana que nace el 17 de diciembre de 2008 bajo la esencia y filosofía de Papalote Museo del Niño, albergado en un magnífico edificio contemporáneo diseñado por el arquitecto mexicano Alejandro Bernardi. Estamos ubicados en un moderno edificio, ejemplo de arquitectura mexicana contemporánea, en el que se reúne el talento de jóvenes artistas de todo el mundo en un espacio de interpretación y descubrimiento del mundo artístico y estético.

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

1. Exhibiciones permanente y temporales.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Iniciativa privada

Destino: Cuernavaca

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

(☒) Sí

(☐) No

Comentarios: Si, es necesario pagar para entrar. Existen descuentos a estudiantes y ancianos.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Ninguna.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar al atractivo)

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguna

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)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del atractivo? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No puede ser considerado un atractivo diferenciado en turismo cultural.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Avenida Vicente Guerrero 205, Col. Lomas de la Selva, Cuernavaca, Morelos. C.P. 62270, Frente a Costco

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

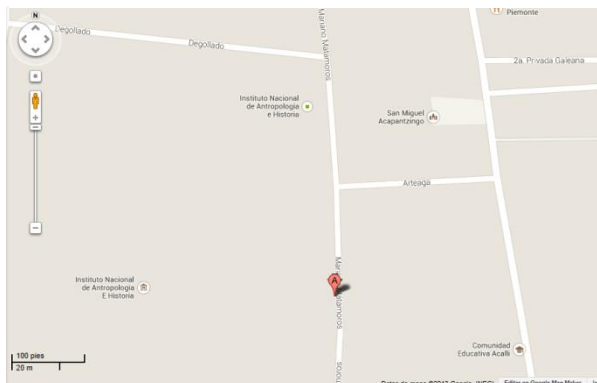
NOMBRE DEL ATRACTIVO:

Jardín Etnobotánico y Museo de Medicina Tradicional y Herbolaria

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- ☒ (X) Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ () Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☐ () Actividades Recreativas
- ☐ () Eventos Especiales
- ☐ () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del atractivo:

Cumple una función educativa y de salvaguarda de la biodiversidad, pues reúne, exhibe y conserva especies que forman parte de un conocimiento ancestral. Ubicado en el barrio indígena de Acapantzingo, al sur de la ciudad de Cuernavaca, en donde ocupa un predio de casi cuatro hectáreas en el que Maximiliano de Habsburgo fincó su casa de descanso, hace más de 150 años, se halla el *Jardín Etnobotánico y Museo de Medicina Tradicional y Herbolaria*. Es un espacio que el Instituto Nacional de Antropología e Historia, ha dedicado para conservar y preservar la colección nacional de plantas más grande del país, que forman parte de un conocimiento ancestral, como es la práctica de la herbolaria en Morelos y en otras regiones de México. El jardín etnobotánico alberga más de mil plantas vivas, cada una con un valor social importante, pues forma parte del saber popular y al mismo tiempo goza de una inherente importancia biológica y genética.

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

1. Visita por el jardín etnobotánico.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Instituto Nacional de Antropología e Historia

Destino: Cuernavaca

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Entrada libre.

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el atractivo 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar al atractivo)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del atractivo? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No puede ser considerado un atractivo diferenciado en turismo cultural.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

El Instituto Nacional de Antropología e Historia, te invita a que conozcas este singular y hermoso lugar. El *Jardín Etnobotánico, Museo de Medicina Tradicional y Herbolaria*, se ubica en la calle Matamoros, número 14, en el barrio de Acapantzingo de Cuernavaca, Morelos. Puedes llamar a Cuernavaca, A los teléfonos (01-777) 312-31-08 y 312- 59-55 extensión 111, o a través de www.inah.gob.mx o en jardin.mor@inah.gob.mx as puertas del jardín etnobotánico están abiertas al público los 365 días del año, de 9 a 16:30 horas. La entrada

Destino: Cuernavaca

no tiene ningún costo, aunque quienes levanten imágenes fotográficas y utilicen tripié, deberán pagar una cuota económica.

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

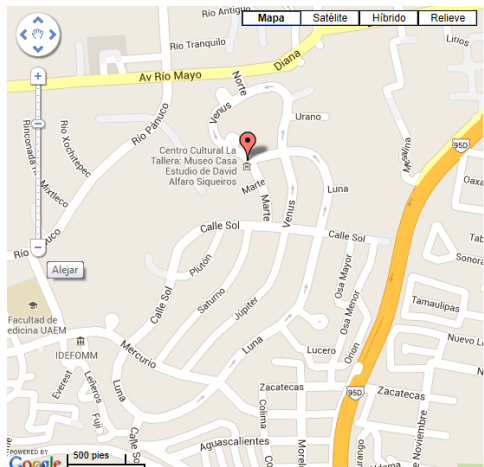
NOMBRE DEL ATRACTIVO:

Centro Cultural Museo Casa Estudio La Tallera de David Alfaro Siqueiros

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



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

- ☒ (X) Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ () Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☐ () Actividades Recreativas
- ☐ () Eventos Especiales
- ☐ () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del atractivo:

El inmueble fue la casa-estudio del artista David Alfaro Siqueiros, quien la habitó los últimos 10 años de su vida. En 1965 aquí se construyó el primer taller para el muralismo en el mundo. En el Taller Siqueiros, como se le llamó en un principio, Alfaro Siqueiros ideó una enorme nave con instalaciones mecánicas para mover grandes paneles hacia un foso, donde el artista podía trabajarlos sin necesidad de andamios. La idea de Siqueiros fue establecer un taller-escuela con maestros y aprendices, pues consideraba era el método más eficaz para la enseñanza de la pintura. En estas instalaciones el pintor emprendió la elaboración del mural *La marcha de la humanidad*, que decoraría el edificio de convenciones y congresos del Hotel Casino de la Selva, obra encargada por el empresario Manuel Suárez. Sin embargo, la Capilla Siqueiros, nombre original del proyecto, se construyó en un predio adyacente al Hotel de México, también propiedad de Suárez, en la esquina de la avenida Insurgentes Sur y Filadelfia, en la colonia Del Valle. Es así que las pinturas murales que originalmente se diseñaron para el espacio de Cuernavaca acabaron adaptándose a su nuevo hogar: el Poliforum Siqueiros. Hoy La Tallera opera como museo y recinto cultural. Como parte de las celebraciones del Bicentenario de la Independencia de México, el Conaculta, en colaboración con el Instituto Nacional de Bellas Artes, proponen recuperar la visibilidad y el papel cultural de La Tallera, recuperación que convierte a este espacio en un centro pionero en su tipo al constituirse como museo, taller, lugar para residencias artísticas y

Destino: Cuernavaca

un punto de encuentro para la producción y la crítica de arte. La reapertura del espacio es a partir del 20 de septiembre de 2012.

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

1. Exposiciones
2. Talleres

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

CONACULTA

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Entrada libre.

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el atractivo 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

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

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Destino: Cuernavaca

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del atractivo? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Si puede ser considerado un atractivo diferenciado en turismo cultural.

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

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Calle Venus 52, Jardines de Cuernavaca, Cuernavaca, Morelos 62360 (01777) 3 15 11 153 16 86 68 Fax

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL ATRACTIVO:

Museo de la Casa de la Ciencia Parque San Miguel
Acapatzingo

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- ☒ (X) Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ () Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☐ () Actividades Recreativas
- ☐ () Eventos Especiales
- ☐ () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del atractivo:

El Museo de Ciencias de Morelos está ubicado en el Parque San Miguel Acapantzingo de la ciudad de Cuernavaca y está diseñado para poder hacer una reflexión sobre el medio ambiente a todos sus visitantes; el Museo está dividido en varias secciones, las cuales describimos: **Sala del agua**. El agua es el tema de una de las salas y en ella se hace énfasis a su importancia, composición molecular, cómo está distribuida en el planeta, en México, en general, y Morelos, en particular. Podremos ver cómo es la distribución de agua en México, para observar que la región del sureste tiene mayores privilegios de este recurso. Veremos qué pasa en Morelos con el recurso hídrico, cómo están nuestros ríos, lagos y lagunas, qué esperanzas tenemos de rescatarlos de la contaminación. La idea es crear conciencia en torno al recurso para que se cuide. Ahí mismo realizaremos talleres para reforzar lo que se vio en el recorrido.

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

1. Exposiciones
2. Talleres

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Gobierno del Estado de Morelos.

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

Destino: Cuernavaca

(X) Sí

() No

Comentarios: Horario: martes a viernes, de 9:00 a 18:00 horas; sábados y domingos, de 10:00 a 18:00 horas.
Costo de entrada: \$35; niños menores de 12 años, estudiantes, profesores y personas de la tercera edad, \$25.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el atractivo 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar al atractivo)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del atractivo? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No puede ser considerado un atractivo diferenciado en turismo cultural.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Av. Atlacomulco Esq. Calle de la Ronda s/n, Colonia Catarranas.tel. +52 (777) 3 12 39 79, CP: 62440

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL ATRACTIVO:

Cascada de San Antón

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

FOTOGRAFÍA:



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- (X) Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del atractivo:

Casi en el corazón de Cuernavaca, bajando 200 metros por andadores al fondo de una barranca se encuentra esta cascada que cae por una pared vertical semicircular de 40 metros de alto, rodeada de prismas basálticos

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

1. Visita individual, en pareja y en familia.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Ayuntamiento de Cuernavaca

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Entrada Libre.

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

Destino: Cuernavaca

() Sí

(X) No

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

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

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del atractivo? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No puede ser considerado un atractivo diferenciado en turismo de naturaleza.

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Bajada del Salto S/N, Col. Barrio de San Antón, C.P., Cuernavaca, Mor.

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL ATRACTIVO:

Jardín Juárez

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- ☒ (X) Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ () Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☐ () Actividades Recreativas
- ☐ () Eventos Especiales
- ☐ () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del atractivo:

El **Jardín Juárez**, es una plaza ubicada en el primer cuadro del Centro Histórico de la ciudad de Cuernavaca, Estado de Morelos. Se localiza a un lado del Zócalo de la ciudad y frente al Teatro Ocampo y es considerado el jardín más antiguo de Cuernavaca. Es también conocido como "El Kiosko" debido a que en el centro de este se levanta un kiosco adquirido durante el gobierno de Jesús H. Preciado que fue traído desde Inglaterra y fue diseñado por el arquitecto Gustave Eiffel a finales del siglo XIX. Este Jardín es el más antiguo de Cuernavaca, pues ya que en 1850, el prefecto de Cuernavaca Alejandro Villaseñor, en su informe dice que dispuso "La compostura de una alameda abandonada y destruida por la invasión americana, la que ha sido encargada a una comisión de señoras principales, que diariamente cultivan y mejoran...". En los arreglos de este jardín, intervino la familia del señor Ángel Pérez Palacios que vivía enfrente, en la casa que hoy es el edificio Bellavista. En 1866, al levantar el primer plano de la ciudad el señor Barberi, para buscar la determinación astronómica, aparece este jardín en el plano como "Plaza Maximiliano"; y en tiempo de los liberales el jardín se llamó "Plaza de la Constitución"; en 1881, se reformó el alumbrado poniéndole 12 faroles, los que fueron sustituidos con posterioridad por los de gas. Este Jardín, estuvo circundado por asientos de mampostería y en 1890, en el gobierno de Jesús H. Preciado, se le cambio el enlosado del piso, se puso el famoso "Kiosko" que fue diseñado por Gustave Eiffel y comprado en Inglaterra, además de 16 bancas de fierro, con dinero que se obtuvo con funciones de teatro que hicieron un grupo de jóvenes de la ciudad con este fin, y finalmente se le bautizo al Jardín como "Jardín Juárez".

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

1. Escuchar la banda sinfónica que interpreta melodías para los visitantes.
2. Paseos familiares.

Destino: Cuernavaca

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Ayuntamiento de Cuernavaca

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Entrada Libre.

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el atractivo 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

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

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del atractivo? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No puede ser considerado un recurso diferenciado en turismo cultural.

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Destino: Cuernavaca

Se localiza a un lado del Zócalo de la ciudad y frente al Teatro Ocampo y es considerado el jardín más antiguo de Cuernavaca. Es también conocido como "El Kiosko" debido a que en el centro de este se levanta un kiosco adquirido durante el gobierno de Jesús H. Preciado que fue traído desde Inglaterra y fue diseñado por el arquitecto Gustave Eiffel a finales del siglo XIX.

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:

Palacio de Gobierno

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- (X) Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El famoso Palacio de Gobierno que se encuentra en el Centro de la ciudad, frente a la plaza hoy llamada Emiliano Zapata, es un edificio que fue inaugurado el 7 de septiembre de 1967. "El Palacio de Gobierno del Estado es uno de los más bellos y espaciosos que en su género existen en la República. Sigue el estilo barroco virreinal, con muros de piedras gris 'Chiluca' y Tezontle rojo y negro, de acuerdo con la tradición arquitectónica mexicana. El interior tiene grandes patios y pasillos y en sus salones de oficinas se instaló clima artificial con todos los servicios, modernos elevadores, especialmente fabricados para este suntuoso edificio inmobiliario metálico de primera clase, completa en este bello palacio.

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

1. Entrada libre.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Gobierno del Estado de Morelos.

Destino: Cuernavaca

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Entrada Libre.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

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: Ninguna.

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: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguna

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)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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: No puede ser considerado un recurso diferenciado en turismo cultural.

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Se localiza a un lado del Zócalo de la ciudad y frente al Teatro Ocampo y es considerado el jardín más antiguo de Cuernavaca. Es también conocido como "El Kiosko" debido a que en el centro de este se levanta un kiosko adquirido durante el gobierno de Jesús H. Preciado que fue traído desde Inglaterra y fue diseñado por el arquitecto Gustave Eiffel a finales del siglo XIX.

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:

La Plazuela del Zacate

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- () Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- (X) Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Entre las calles de Hidalgo y Galeana encontrará la Plazuela del Zacate, llamada así porque en este lugar se vendía el zacate para las bestias de carga que a principios del siglo pasado llevaban sus mercaderías al centro de Cuernavaca. En esta Plazuela se conjuga una gran cantidad de bares. Los jóvenes fiesteros acuden en el centro a alguna de las muchas discotecas y bares que tocan los éxitos más sonados del momento. Existen muchas opciones para moverse al ritmo de salsa y música tropical. Cuernavaca tiene un poco de todo para satisfacer el gusto de los noctámbulos, por lo que podemos asegurarle que una vez estando allí, encontrará algún lugar para festejar.

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

1. Vida nocturna

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Ayuntamiento de Cuernavaca

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

Destino: Cuernavaca

() Sí

(X) No

Comentarios: Entrada Libre.

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

() Sí

(X) No

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

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: Ninguna.

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: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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: No puede ser considerado un recurso diferenciado de recreación y ocio.

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Calle Miguel Hidalgo, Centro, Cuernavaca, Morelos, México

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

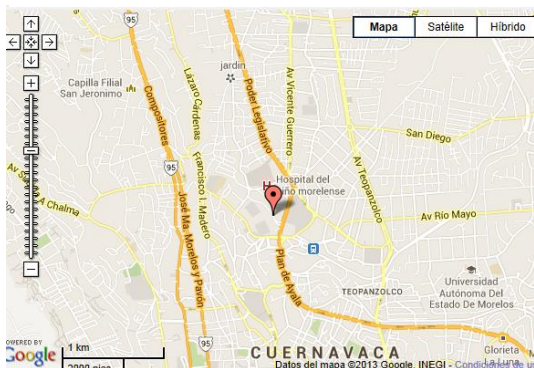
NOMBRE DEL ATRACTIVO:

Barranca de Amanalco

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



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

- () Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- (X) Atracciones basadas en la Naturaleza
- () Actividades Recreativas
- () Eventos Especiales
- () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del atractivo:

Cuernavaca cuenta con más de sesenta barrancas que durante siglos han regulado el clima que ha hecho de Cuernavaca la ciudad de la eterna primavera, una de las más importantes es la barranca de Amanalco, que durante la conquista sirviera de defensa natural contra Hernán Cortés, quien finalmente logró atravesarla por el vado de lo que ahora es el Puente del Diablo, aunque el grueso de su tropa la cruzaron a la altura del puente de Amanalco, al derribar un gran árbol y utilizarlo como puente. La Barranca de Amanalco, durante la década de 1990, fue rescatada, construyendo un andador de trescientos metros que ha sido acondicionado como paseo turístico. La entrada es a la altura del puente Porfirio Díaz; es de admirar el denso follaje y la tranquilidad que se siente al bajar, pues los ruidos de la ciudad son completamente ahogados, escuchándose únicamente las aves y el agua que corre entre las piedras. Los fines de semana se ofrece un breve espectáculo de luz y sonido. La preciosa vista del puente Porfirio Díaz por la parte de abajo, con una arquitectura que sorprende, al ser construido a finales del siglo XIX, para conectar al centro de la población con la estación de Ferrocarril que en aquel entonces se ubicaba en las afueras de Cuernavaca.

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

1. Senderos interpretativos.
2. Espectáculo de luz y sonido.

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

Destino: Cuernavaca

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Ayuntamiento de Cuernavaca

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Entrada Libre.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el atractivo 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar al atractivo)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del atractivo? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No puede ser considerado un atractivo diferenciado en turismo de naturaleza.

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Abierto de lunes a domingo de 8:00 a 18:00 hrs. Entrada libre.

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

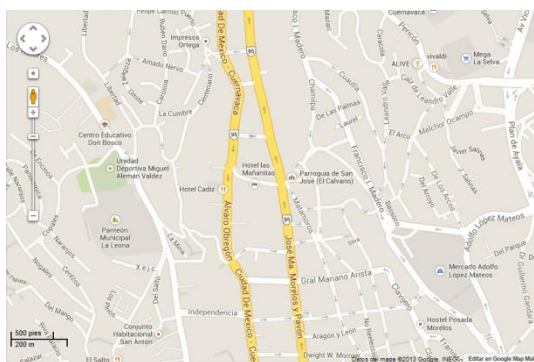
NOMBRE DEL ATRACTIVO:

El Calvario de Cuernavaca

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

- ☒ (X) Atracciones basadas en Cultura y Patrimonio
- ☐ () Atracciones basadas en la Naturaleza
- ☐ () Actividades Recreativas
- ☐ () Eventos Especiales
- ☐ () Otros recursos / atracciones

DESCRIPCIÓN

Descripción del atractivo:

El Calvario de Cuernavaca, conocido popularmente como El Chapitel o el Templo de San José el Calvario es un conjunto de dos edificios religiosos ubicados en el centro de la ciudad de Cuernavaca. Se trata de dos edificios religiosos ubicados sobre la Avenida Morelos Sur; el primer edificio, que le brindo el nombre de Chapitel se trata de una construcción consagrada a la Virgen de Guadalupe; se le llama Chapitel al tipo de capillas abiertas, de cubiertas piramidales que usualmente fueron edificadas en los siglos XVI y XVII. Es una pequeña Capilla compuesta de una sola bóveda sobre columnas aisladas; se le conoce como "El Calvario" por su Cruz que se encontraba en el pedestal interior. Cuentan algunas historias que el lugar sirvió de "humilladero". Por el tipo de arquitectura con que se identifica, este Chapitel de Cuernavaca es el único que se conserva en todo el país. El segundo edificio es el Templo de San José el Calvario, es una iglesia construida a principios del siglo XX basado en el estilo romántico para brindarle al barrio de "El Calvario" una gran iglesia; este, por encontrarse frente al Chapitel, se anexó al Calvario.

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

1. Segmentos de Bodas
2. Visita individual, con pareja y con familiares.

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Destino: Cuernavaca

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

Ayuntamiento de Cuernavaca

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Entrada Libre.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

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

(☐) Sí

(☒) No

Comentarios: Ninguna.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar al atractivo)

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (☐ 1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (☐ 5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del atractivo? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No puede ser considerado un atractivo diferenciado en turismo cultural.

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Desde el Centro Histórico tomar la Avenida Morelos hacia el norte, hasta el Calvario. Le recomendamos estacionarse en las oficinas de Turismo de Cuernavaca, que se encuentran a unos pasos del Calvario sobre Av. Morelos.

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

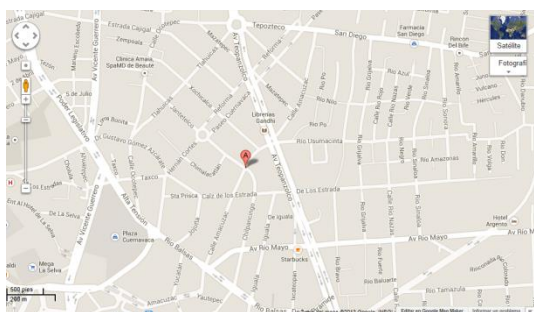
NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Anticavilla

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

() Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Anticavilla, el primer Small Luxury Hotels of the World de Morelos. Gracias a una muy atenta recuperación arquitectónica de una casa mexicana señorial, y a la aportación modernista y minimalista en nuevas áreas adicionales en Cuernavaca podrás gozar de momentos mágicos y de lujo del Small Luxury Hotel Anticavilla, además de degustar platillos típicos de la cocina tradicional italiana en el restaurante Verde Salvia. Un relajante jardín tropical con una alberca semiolímpica, junto a un SPA donde podrás recuperar energía, belleza y tranquilidad, completarán tu día especial en Anticavilla Cuernavaca. 12 Habitaciones, Internet inalámbrico, Restaurante, Spa, Alberca, Centro de negocios, Tina, Spa con cromoterapia, Dvd, Tv con cable, Caja de seguridad, Aire acondicionado, Mini bar con bebidas de cortesía

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Iniciativa privada.

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

() Sí

(X) No

Destino: Cuernavaca

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Rio Amacuzac #10 esq. Chilpancingo, Col. Vista Hermosa, Cuernavaca, Mor.

Tel. :(777) 313 3131 / 102 2466

www.anticavillahoteles.com

recepción@anticavillahoteles.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Antigua Posada

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

() Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Hotel Antigua Posada se localiza donde antiguamente se encontraban algunos mesones a finales del siglo XIX, este Hotel céntrico en Cuernavaca es un digno continuador de esa tradición y como ellos, le ofrece el mejor servicio que usted, el mejor huésped, puede esperar. La atención y hospitalidad de sus propietarios hacen de Antigua Posada el mejor lugar para descansar y disfrutar de los lugares y del sabor que la ciudad de Cuernavaca le ofrece. 11 habitaciones, TV cable, Internet, Teléfono, Terraza, Cafetería, Estacionamiento, Alberca

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Iniciativa privada.

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

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Calle Galeana #69, Col. Centro, Cuernavaca, Mor.

Tel. :(777) 310 2179

www.hotelantiguaposada.com

contacto@hotelantiguaposada.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Argento

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

() Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Sinónimo de exclusividad, comodidad y belleza. Nos posicionamos como un destino integral debido a la versatilidad de nuestra oferta, así como por el encanto de nuestras instalaciones, atención y servicio de nuestra gente. A sólo 45 minutos de la Ciudad de México, ubicado en la mejor zona de Cuernavaca, Hotel Argento es el lugar ideal para su descanso, eventos sociales y empresariales. Cuenta con 63 habitaciones, Restaurante & Bar, Albergas, Jardines, Gimnasio, Estacionamiento con Valet Parking, Internet inalámbrico y Servicio despertador.

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

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Iniciativa privada.

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

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Rio Mayo #1001, Col. Vista Hermosa, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777) 316 3282 / 316 3286

www.hotelargento.com

hotelargento@hotelargento.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Bajo el Volcán

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



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

() Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

El Hotel Bajo el Volcán se encuentra en lo que fue la casa donde el escritor inglés Malcom Lowry escribió su novela BAJO EL VOLCÁN, considerada como una de las novelas, más importantes de la Literatura Moderna Inglesa. EL Hotel Bajo el Volcán es un hotel de categoría cuatro estrellas, ubicado en el centro de la ciudad de Cuernavaca y cuenta con todas las comodidades y servicios de un gran hotel.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Iniciativa privada.

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

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

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

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Humbolt #19, Col. Centro, Cuernavaca, Mor.

Tels. : (777) 312 4873 / 318 5821

Fax: (777) 312 6945

www.bajoelvolcan.com

bajoelvolcan@cableonline.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

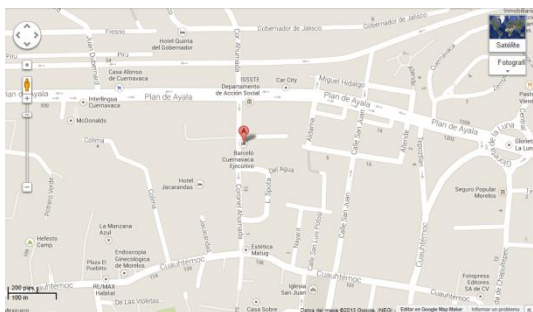
NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Barceló Ejecutivo Cuernavaca

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



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

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

El hotel Barceló Cuernavaca Ejecutivo es un pequeño hotel urbano, situado en el centro de la ciudad de Cuernavaca, la capital del Estado de Morelos, situada al sur de la capital de la República Mexicana. Gracias a su estupenda ubicación, es un hotel muy indicado tanto para ejecutivos durante sus viajes de negocios como para quienes deseen conocer las numerosas muestras artísticas y culturales que se encuentran en este país. Cuenta con 100 Habitaciones, Teléfono, aire acondicionado, Cama king-size, Sofá, Plancha y tabla de planchar, Espejo de aumento, Secador de pelo, TV-LCD por cable, Balcón, Caja fuerte (tamaño para ordenador portátil), Cafetera, Minibar (cerveza, refrescos y agua), Ventilador de techo y Conexión Wi-Fi.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

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

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

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

Iniciativa privada.

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

() Sí

(X) No

Destino: Cuernavaca

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

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

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

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

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

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

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

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

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Calle Coronel Ahumada #203, Col. Lomas del Mirador, Cuernavaca, Mor.

Tels. :(777) 315 4056 / 3160628

www.barcelo.com

Cuernavaca.jrec@barcelo.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Casa Tamayo

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:

**TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).**

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Hotel Casa Tamayo es el más exclusivo hotel boutique de Cuernavaca, de estilo italiano, con el sabor de México. Actualmente, Casa Tamayo tiene 12 habitaciones exquisitamente diseñadas y un espacio con terrazas voladas donde se puede observar el estimulante paisaje de la barranca. Hotel Casa Tamayo cuenta con amplias salas de juntas, acceso a internet inalámbrico y todos los servicios que un viajero de negocios requiere. Cuenta con 35 Habitaciones, Tintorería, Room service, Estacionamiento, Internet inalámbrico, Restaurante, Cambio de divisas, Lavandería y Sala de juntas.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Destino: Cuernavaca

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Rufino Tamayo #36, Col. Acapantzingo. Cuernavaca, Mor.

Tel.: (777)310 1001

reservacionesbw@granhoteleltamayo.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

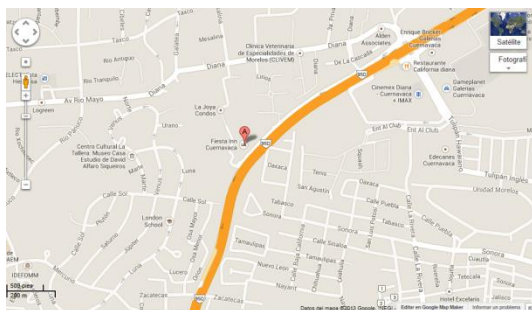
NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Fiesta Inn

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Estratégicamente localizado en la zona centro de la ciudad de Cuernavaca y a tan sólo 5 minutos de Galerías Cuernavaca, el hotel ofrece un excelente servicio y cómodas instalaciones en un entorno ideal para el hombre de negocios. Además, de un excelente jardín que está a su disposición para eventos sociales en el horario que usted requiera. Cuenta con 100 habitaciones, Restaurante, Bar, Alberca al aire libre, Gimnasio, Estacionamiento, Club fiestas kids, Habitación para discapacitados, Internet de alta velocidad e Internet inalámbrico gratis.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

(X) Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Autopista México- Acapulco km. 88, Col. Delicias. Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777) 100 8220 / 100 8200 / 100 8217

www.fiestainn.com

ventasfiche@posada.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Fincha Chipitlán Posada

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

() Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Finca Chipitlán hotel temazcal espacio holístico nace con la función de brindar un hospedaje de calidad retomando el concepto de las antiguas Posadas y Mesones; adaptando este servicio con las comodidades de la vida contemporánea y teniendo la oportunidad de disfrutar de todo lo que Cuernavaca tiene para brindarte. Cuenta con 10 Habitaciones, Alberca, Cafetería, Centro de negocios, Lobby, Internet inalámbrico, Amenidades de baño, Terraza y temazcal.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

(X) Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Destino: Cuernavaca

() Sí

(X) No

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Otilio Montaña #28, Col. Chipitlán, Cuernavaca, Mor.

Tel.: (777) 314 3441

www.finca-chipitlan.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL SERVICIO:

GS Hoteles

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

() Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Con estilo moderno y minimalista, el hotel GS Cuernavaca es una hermosa propiedad de 5 pisos que se caracteriza por sus altos estándares de ingeniería y distribución de espacios que satisfacen las necesidades tanto de los viajeros de negocios como los de placer. Además de contar con todos los servicios, el hotel se destaca por su hospitalidad. Cuenta con 51 habitaciones, Closet, Porta maletas, Caja de seguridad, Secadora, Teléfono, Restaurante, Room service y TV de plasma 23".

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc. ?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Carretera México- Cuernavaca Km. 71.5 #17, Col. Buenavista, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777) 101 0590 al 99

www.gshoteles.com.mx

cuernavaca@gshoteles.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

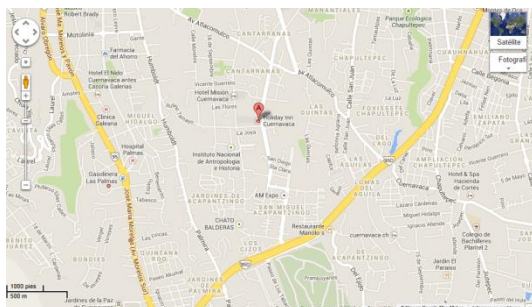
NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Holiday Inn

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

El Hotel Holiday Inn Cuernavaca se localiza aproximadamente a 15 millas de la zona arqueológica de Morelos, a 55 millas del aeropuerto internacional Benito Juárez de la Cd. De México, y a 10 millas de la zona industrial CIVAC. También desde esta ubicación se encuentra a .5 millas el Museo Botánico, a 3 millas se encuentra el Jardín Borda y a 22 millas se encuentra el Lago de Tequesquitengo.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

**Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.**

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Blvd. Díaz Ordaz #86, Col. Acapantzingo, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777) 362 0203

Fax: (777) 310 1584

www.holiday-inn.com/cuernavaca

hotel@hinncuernavaca.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel llebal

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Hotel llebal, se encuentra escondido en una singular calle del Centro Histórico de Cuernavaca, conocida como Antigua Bajada a San Antón. De los hoteles en Cuernavaca y Morelos, con su diseño moderno y funcional con la hospitalidad de siempre, Hotel llebal seduce al viajero desde su llegada, sus acogedoras habitaciones conservan en sus detalles, el encanto de Cuernavaca. El nuevo Hotel llebal en el centro histórico de Cuernavaca ofrece 29 habitaciones confortables y modernas, alberca climatizada y snacks, Internet inalámbrico, estacionamiento, sala de juntas para grupos pequeños de hasta 30 personas.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc. ?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Chula vista #112, Col. Centro, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777) 318 2725 / 314 3820

www.hotelilebal.com

ilebal-reserva@prodigy.net.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

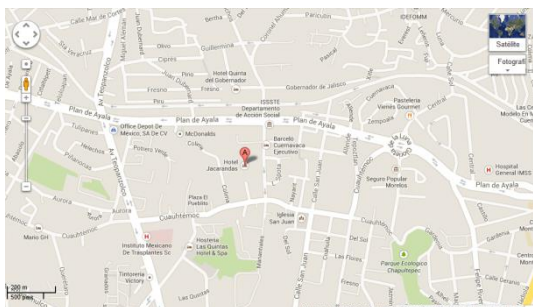
NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Jacarandas

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Este hotel urbano tiene más de 50 años y se dedica a servir a sus huéspedes. El hotel da una calurosa bienvenida tanto a huéspedes de negocios como a familias y su personal le ofrecerá todo el cuidado y la atención durante su estancia, hasta en los más pequeños detalles. Además, cuenta con más de 25.000 m² de preciosos jardines y comprende un total de 80 habitaciones. Las instalaciones y servicios ofrecidos constan de aire acondicionado, vestíbulo con servicio de salida y recepción 24 horas, caja fuerte, servicio de cambio de divisas y guardarropa.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Cuauhtémoc #133, Col. Chapultepec, Cuernavaca, Mor.

Tel.: (777) 100 7777

www.jacarandas.com.mx

reservaciones@jacarandas.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Laam

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

En el año de 1941, en las afueras de la ciudad de Cuernavaca, se construyó el Hotel Los Canarios, en donde se hospedaron famosos artistas como, Pedro Infante, María Félix, Cuco Sánchez, Pompín Iglesias, Angélica María, Luis Aguilar, etc. Se hacían tardeadas en su salón Esmeralda todos los fines de semana, torneos de frontón en su cancha, al igual que de tenis y en sus albercas competencias de natación todo estaba conjuntado en este campo turístico como se hacía llamar, contaba con mesas de boliche, de billar y de pin-pon.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc. ?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Av. Morelos #239, Col. Centro, Cuernavaca, Mor.

Tel.: (777)318 9168

Fax: (777)318 7230

www.laamhotel.com

laamhotel@prodigy.net.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Los Canarios

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

En el año de 1941, en las afueras de la ciudad de Cuernavaca, se construyó el Hotel Los Canarios, en donde se hospedaron famosos artistas como, Pedro Infante, María Félix, Cuco Sánchez, Pompín Iglesias, Angélica María, Luis Aguilar, etc. Se hacían tardeadas en su salón Esmeralda todos los fines de semana, torneos de frontón en su cancha, al igual que de tenis y en sus albercas competencias de natación todo estaba conjuntado en este campo turístico como se hacía llamar, contaba con mesas de boliche, de billar y de pin-pon. Cuenta con 32 habitaciones, 2 albercas agua templada, Internet, Ventilador, Teléfono, Cafetera, Jardines, TV con cable y Estacionamiento.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Destino: Cuernavaca

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Av. Morelos #369, Col. Centro, Cuernavaca, Mor.

Tel.: (777) 313 4444

www.hotelcanarios.com.mx

hotelloscanariosrodigy.net.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel María Julia

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

En una privilegiada ubicación al norte de Cuernavaca, el hotel María Julia brinda el confort y la hospitalidad que usted se merece a través de nuestras atenciones y servicios. Una vista panorámica del hermoso valle de Cuernavaca, el relajante de un baño en nuestra alberca, los detalles de nuestras instalaciones, todo dispuesto a su servicio para ofrecerle la más placentera experiencia durante su estancia. Cuenta con 25 habitaciones, Internet WiFi, Cable TV, Estacionamiento, Alberca, Salón de eventos con capacidad para 150 personas, Aire acondicionado (solo en habitaciones de lujo) y Lobby. Cuenta con 25 habitaciones, Internet WiFi, Cable TV, Estacionamiento, Alberca, Salón de eventos con capacidad para 150 personas, Aire acondicionado (solo en habitaciones de lujo) y Lobby.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Destino: Cuernavaca

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Paseo del conquistador #57, Col. Maravillas, Cuernavaca, Mor.

Tels. :(777) 101 8805 / 241 3426

www.hotelmariajulia.com

ventas_hotelmariajulia@hotmail.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Raquet Club

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Enclavado en un casco de hacienda que data de los años cuarenta y rodeado de vegetación única en el estado de Morelos, se encuentra el *Hotel Racquet*. Una señorial casona con amplios corredores, arcos de cantera y una fuente central de azulejos flanqueada por flores, plantas y palmeras, da la bienvenida a todo el que lo visita. En este hermoso lugar usted disfrutará la tranquilidad y la belleza de la llamada ciudad de la eterna primavera. Para su deleite, en nuestro Restaurante-Bar El Patio le ofrecemos platillos regionales, cocina internacional y botanas, que podrá acompañar con sus bebidas favoritas. Cuenta con 50 Habitaciones, Restaurante “El Patio”, Cancha de tennis y foot ball, Alberca, Chapoteadero climatizado, Gym, Golfito, Spa y Clínica de belleza

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece*).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (*Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.*)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio*).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Destino: Cuernavaca

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Francisco Villa #100, Col. Rancho Cortes, Cuernavaca, Mor.

Tels. :(777) 101 0350 / 101 0150 / 1010359

www.hotelescalinda.com.mx

reserva@hotelraquet.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Real del Sol

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Hotel Real del Sol Cuernavaca es un agradable lugar para hospedarse que le brinda la ventaja de estar bien localizado y contar con buenas instalaciones y un eficiente servicio. El hotel le ofrece amplias instalaciones que incluyen cómodas habitaciones con balcón, alberca, restaurante bar y salón para eventos sociales o de negocios.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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

Destino: Cuernavaca

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Av. Cuauhtémoc #39, Col. Amatlán, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777) 312 9692 / 3129677

www.realdelсолcuernavaca.com

ventas@realdelсолcuernavaca.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

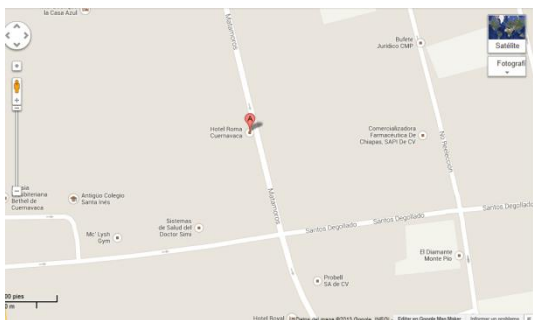
NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Roma

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Hemos pensado en todo lo necesario para su cómoda estancia en nuestras instalaciones. El servicio a la habitación es una de ellas, así como conexión inalámbrica a internet sin costo adicional, alberca climatizada con bar, artículos de tocador, despertador, aire acondicionado, ventiladores, frigobar, amplio estacionamiento y muchos más servicios para promover su comodidad. Cuenta con 40 habitaciones, Restaurante, Alberca, Estacionamiento, Tv con cable, Ventilador, Agua caliente e Internet inalámbrico.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Destino: Cuernavaca

() Sí

(X) No

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Matamoros #17, Col. Centro, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777) 318 8778

Fax: (777) 314 2186

www.hotelromacuernavaca.com.mx

hotelroma01@hotmail.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Vista Hermosa

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Venga y disfrute del lugar de la eterna primavera en el Hotel Vista Hermosa. Un Hotel en Cuernavaca en donde las instalaciones y excelente servicio lo harán sentirse como en su casa. Cuenta con 40 habitaciones, Aire acondicionado, Internet inalámbrico, TV cable con control remoto, Secadora de cabellos, Plancha, Burro de planchar, Jardín, Alberca con calefacción, Restaurante-Bar, Room service, Salones para grupos y convenciones, Teléfono, Caja de seguridad y Terrazas.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Destino: Cuernavaca

() Sí

(X) No

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Calle Rio Panuco #600, Col. Vista Hermosa, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777) 315 2374 / 315 3040

Lada sin costo: 018007133914

www.hotelvistahermosa.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel La Casona Galerías

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

La Casona Galerías disfruta de la mejor música chillout, combinaciones de café, coctelería de especialidades, cervezas de importaciones, pasta y bagels. Imagina tu Boda o evento en este ambiente, por ser un hotel céntrico, este espacio es ideal para bodas en Cuernavaca.

Cuenta con 11 habitaciones, TV cable, Teléfono, Cafetera, Internet inalámbrico, Terraza, Mesa de trabajo, Restaurante de concepto, Bar- cafetería, Galerías de arte, Área de jardín, Área para sesiones de Trabajo, Estacionamiento, Alberca climatizada, Secadora de cabello, Caja fuerte, Batas, Tina de baño, Ventilador de techo, Masajes terapéuticos, Servicio de banquetes, Servicio médico y Lavandería.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

4. Hospedaje
5. Turismo de reuniones
6. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Destino: Cuernavaca

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Calle Galeana #119, Col. Centro, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777)318 3293 / 318 3273

www.lacsonagalerias.com

reservas@lacsonagalerias.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

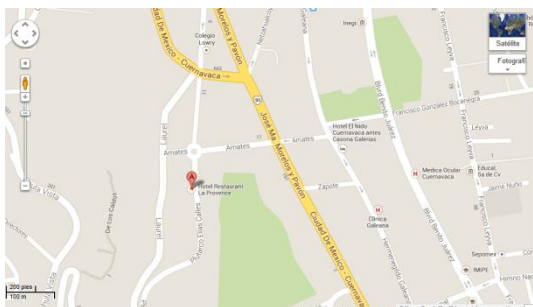
NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel La Provence

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

La Provence Hotel Restaurant está ubicada en una Casona estilo Barragán a solo unos minutos del centro de la Ciudad de Cuernavaca. La decoración de cada uno de sus espacios tiene siempre un toque artístico. Nuestras paredes vestidas de grandes artistas mexicanos y los jardines de tesoros incluido un gran amate considerado patrimonio del Estado de Morelos. Cada una de nuestras cómodas habitaciones se destaca por la originalidad de su diseño y la calidez de sus espacios. El arte de la hospitalidad y la búsqueda por superar las expectativas de nuestros clientes son parte de nuestra filosofía. Cuenta con 10 habitaciones, Restaurante, Jardines, TV por cable, Reproductor MP3, Red inalámbrica, Salones de conferencias (Max. 40 pax) y Albercas.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

**Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.**

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Plutarco Elías Calles #22, Col. Club de Golf, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777)310 3196, 97, 98

Fax: (777) 310 5050

www.laprovence.com.mx

reservaciones@laprovence.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

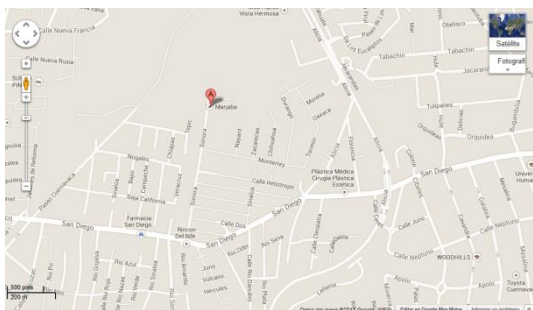
NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Marbaja

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Este hotel cuenta con un total de 19 amplias habitaciones. Cuenta con un vestíbulo con recepción 24 horas y guardarropa, restaurante, cafetería, una farmacia y salón de belleza. El bar "Cabaló" ofrece un ambiente distendido rodeado de zona verde y estanques. Cuenta con sala de conferencias, servicio de seguridad, servicio de habitaciones y de transporte. También hay servicio de asistencia médica y aparcamiento. Cuenta con 19 Habitaciones, Estacionamiento, Tv con cable, Teléfono, Internet, Áreas verdes, Alberca, Restaurante, Bar y Casino.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Calle Sonora #1000, Col. Vista Hermosa, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777) 315 3322 / 315 3324

www.hotelmarijaba.com

eventos@hotelmarijaba.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Mirador

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Somos un Hotel de 200 Habitaciones, contamos con 6 salones con capacidad hasta para 600 personas, Habitaciones standard con balcón privado, televisión con cable, ventiladores y la mejor vista de todo Cuernavaca. Cuenta con Internet inalámbrico, Fax, Bar, Restaurante, Alberca, Pool Bar, Snack Bar, Estacionamiento, Cancha de tenis y Teléfono privado.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc. ?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Nardo #202, Col. Rancho Cortes, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777) 317 4001 al 04 / 317 4051

www.hotelesmiradorcuernavaca.com

reserv_hamc@hotmail.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

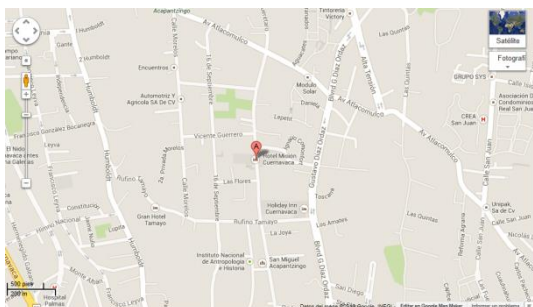
NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Misión Cuernavaca

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

En una zona residencial de la capital morelense, espacio predilecto de descanso de personajes como Cortés y Maximiliano de Habsburgo, Hotel Misión Cuernavaca es un sitio que invita al visitante a disfrutar de la vida relajada en sus hermosos jardines, ofreciendo al viajero la hospitalidad y la calidad de alojamiento a quien quiere disfrutar una ciudad apacible y bella. Este increíble espacio es el lugar ideal para realizar la boda de tus sueños, tus eventos sociales rodeados de todo el esplendor de su arquitectura. Cuenta con 58 Habitaciones, 7 salones de 10 a 300 personas, 2 terrazas, Restaurante, 2 albercas, Área de juego infantiles, Spa, Servicios de lavandería, Televisión por cable, Lámpara de lectura, Internet inalámbrico de cortesía y Baño con tina y regadera.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Destino: Cuernavaca

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Galeana #127- 134, Col. Acapantzingo, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777) 228 0923 al 32

www.hotelesmision.com.mx

ventascuernavaca@hotelesmision.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Orense Express

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

De los Hoteles en Cuernavaca, a no más de 3 cuadras de los principales atractivos del centro histórico de la ciudad, se encuentra ubicada las instalaciones del Hotel Orense Express, justo en el centro de Cuernavaca, Morelos. Localizado a espaldas del jardín Borda el Hotel Orense Express Cuernavaca, nos deleita con sus instalaciones renovadas y servicios de lujo, sin dejar de ser un lugar de costo accesible y único en su categoría. Cuenta 35 habitaciones, Restaurante, Salón de juntas (20 personas), Internet inalámbrico, Estacionamiento propio, Bar con música en vivo, Alberca climatizada, Aire acondicionado, Servicio al cuarto, TV de plasma con servicio de cable, Closet, Room Service, Caja de seguridad, Terraza con vista panorámica, Teléfono y Video.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Chila vista #7, Col. Centro, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777) 314 5307 / 314 5309 / 314 5310

www.hotelorenseexpress.com

terracolorada@prodigy.net.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Puerta del Cielo

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

El Paraíso en Cuernavaca. A sólo 45 minutos de la ciudad de México, disfrute de nuestros servicios de Hotel de 4 estrellas, Centro de Convenciones, Renta de Habitaciones, Casas y Departamentos con los mejores precios de la Ciudad. Gracias por visitarnos... Cuenta con 116 habitaciones, 2 albercas climatizadas, Centro de negocio, Lavandería y tintorería, Room service, Fax, Estacionamiento, Internet inalámbrico sin costo y 7 salones para juntas y eventos.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc. ?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Av. Domingo Díez # 1099, Col. El Empleado, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777) 313 2444 / 313 2408

www.puertaparaíso.com.mx

joseamieva@terra.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Quinta del Gobernador

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

() Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Un lugar robado al paraíso". Ubicado en el corazón de Cuernavaca cerca de los principales centros comerciales, restaurantes y vida nocturna, se encuentra este privado y exclusivo hotel, el cual brinda un servicio personalizado otorgado por nuestro staff. Le ofrece al visitante de Cuernavaca, un sitio en donde se conjugan la naturaleza y la mano del hombre para regalarles un espacio perfecto al disfrute y al regocijo de los sentidos. El lugar ideal para sus reuniones de negocios o para descansar, por periodos cortos o largos, a solo 45 minutos del Distrito Federal. Cuenta con 20 habitaciones, Albergas, Estacionamiento, Internet inalámbrico, Teléfono, Tv con cable, Jardines para eventos, Salones, Restaurantes, Spa y Bar.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Av. Gobernador de Jalisco # 11, Col. Lomas del Mirador, Cuernavaca, Mor.

Tel.: (777) 322 8071

www.quintadelgobernador.com.mx

ventas@quintadelgobernador.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

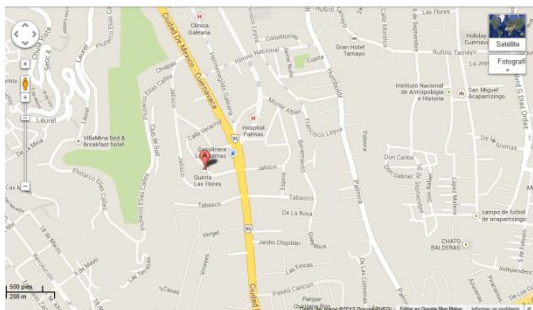
NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Posada Quinta Las Flores

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

El hotel Posada Quinta Las Flores es una hermosa propiedad rodeada de 2,500 m2 de jardines llenos de bugambilias de alegres colores, donde se respira armonía, tranquilidad y bienestar, con una privilegiada ubicación a 5 minutos del centro histórico de Cuernavaca. Es el lugar ideal para hospedarte en su viaje de reunión de trabajo, descanso ó simplemente en su visita de placer. Cuenta 30 habitaciones, Cambio de moneda, Transporte, Servicios de banquetes, Internet, inalámbrico en todas las áreas del hotel, Estacionamiento gratuito, Lavandería, Alones, Alberca y chapoteadero, Caja de seguridad en las habitaciones, Resguardo de equipaje, Servicio en habitación para novios, recién casados, aniversario o cualquier ocasión especial.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

Destino: Cuernavaca

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Destino: Cuernavaca

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Tlaquepaque # 1, Col. Las Palmas, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777) 314 1244 / 312 5769

Fax: (777) 312 3751

www.quintalaflores.com

eventos@quintalaflores.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

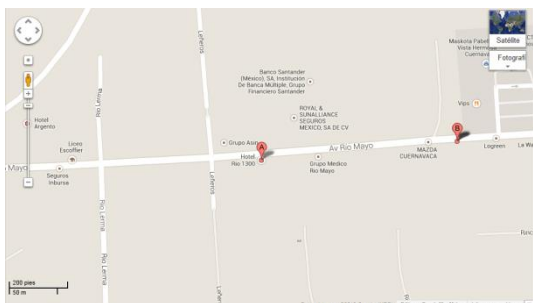
NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Río 300

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del Servicio:

Hotel Río 1300 es un nuevo concepto de hostelería en la ciudad de Cuernavaca, cada rincón está lleno de una fusión de minimalismo y vanguardia que hace de este un hotel único. Cuenta con 40 habitaciones, Salón de conferencias equipado, Salón-spa, Cancha de padel tenis, Gimnasio, Tv plasma con cable, Aire acondicionado, Caja de seguridad, Room service, Estacionamiento techado, Internet inalámbrico, Servicio VIP, Jardín para bodas, Restaurante, Primer lounge & Bar en Cuernavaca, Alberca y Jacuzzi con calefacción y Amplio Jardín.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc. ?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Rio Mayo #1300, Col. Vista Hermosa, Cuernavaca, Mor.

Tel.: (777) 316 1616

www.hotelrio1300.com.mx

info@hotelrio1300.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

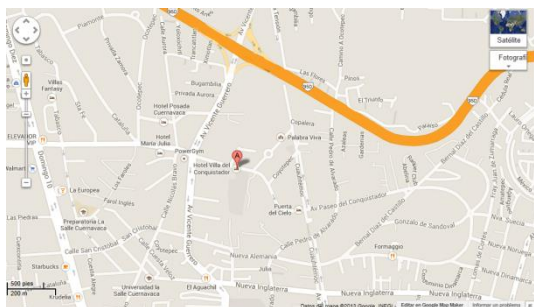
NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Villa Del Conquistador

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Hotel Villa del Conquistador es el mejor hotel en Cuernavaca para disfrutar del sol, del clima y de la vegetación que caracterizan a la Ciudad de la Eterna Primavera. El Hotel te ofrece, 37 cómodas habitaciones decoradas al estilo mexicano contemporáneo, alberca climatizada a 28°C, hermosos jardines, 5 salones con tecnología de punta que te permitirán realizar todo tipo de eventos. También contamos con diferentes espacios para practicar tenis, squash, mini golf y área infantil. El Restaurante Los Alcatraces te ofrece la mejor vista panorámica de Cuernavaca además de la oportunidad de saborear una gran variedad de desayunos, comidas y cenas buffet. Hotel Villa del Conquistador te espera para tu viaje de descanso con la calidez y calidad que nos caracteriza. Cuenta con 37 habitaciones, Restaurante, Internet inalámbrico (libre acceso), TV LCD, Radio compatible con iPod, Electricidad 110 volts, Caja de seguridad, Mini bar y cafetera, Plancha –secadora y Mini golf.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)

Elija la opción correcta.

Destino: Cuernavaca

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Destino: Cuernavaca

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafé cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Paseo del conquistador #134, Col Lomas de Cortés, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777) 313 1188 / 313 1166

www.conquistador.com.mx

ventas@conquistador.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

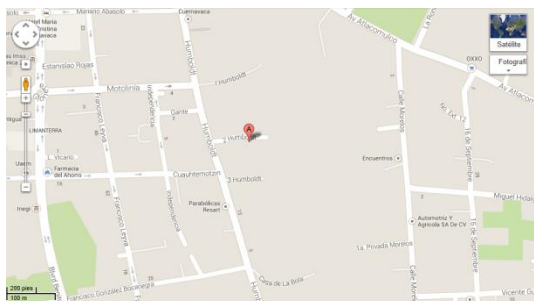
NOMBRE DEL SERVICIO:

Hotel Villa Rosa

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Somos un auténtico rincón de Cuernavaca, donde predomina la tranquilidad, privacidad, distinción, seguridad y confianza. Estamos a 8 minutos del zócalo y la catedral de la ciudad, a 40 minutos del aeropuerto estatal y a 1:30 del aeropuerto internacional de la Ciudad de México, a 25 minutos de la ciudad industrial CIVAC. Cuenta 11 habitaciones, Hospedaje, Restaurant Bar, Servicio a cuarto, Alberca climatizada, tumbonas, Salones de juntas y para eventos, Lavandería y planchado, Aire acondicionado, Alberca, Tv con cable y Seguridad las 24 hrs.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Hospedaje
2. Turismo de reuniones
3. Segmentos de Bodas

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. En el caso del visitante nacional, el visitante del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc. ?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

2ª Privada de Humboldt # 6, Col. Centro, Cuernavaca, Mor.

Tels.: (777) 312 9225 / 312 1632

www.villarosacuernavaca.com.mx

Villa_rosa_11@hotmail.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

Terminal Pullman de Morelos

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Empresa de auto transporte dedicada a transportar pasajero y carga en Morelos, Distrito Federal y Guerrero.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Autotransporte de pasajeros.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El pasajero es muy variado. El pasajero del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

(X) Sí

() No

Comentarios: Si existen descuentos a estudiantes y ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Destino: Cuernavaca

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Mariano Abasolo, Centro, 62000 Cuernavaca.

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

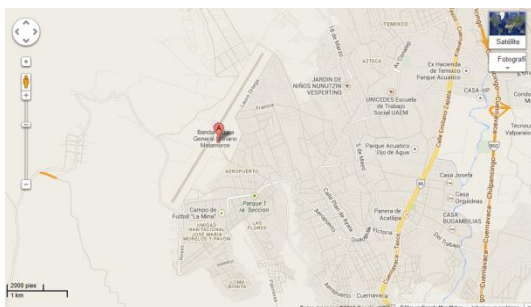
NOMBRE DEL SERVICIO:

Aeropuerto Internacional de Cuernavaca

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Temixco

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

El Aeropuerto Internacional de Cuernavaca ofrece en sus nuevas, modernas y cómodas instalaciones con la más alta tecnología los servicios de aviación privada, comercial con destinos a las ciudades de Tijuana, Cancún y Monterrey, además de la renta de hangares así mismo como el servicio de carga a cualquier parte del país.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Transporte aéreo de pasajeros nacionales e internacionales.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El pasajero es muy variado. El pasajero del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)

Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: Incluye un paquete turístico y está integrado a rutas turísticas.

Destino: Cuernavaca

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

(X) Sí

() No

Comentarios: Si, el servicio lleva a cabo acciones de promoción.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Destino: Cuernavaca

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Carr. Acatlipa Tetlama Km.5, 62594 Temixco, Morelos

+52 777 362 0430

aeropuertodecuernavaca.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

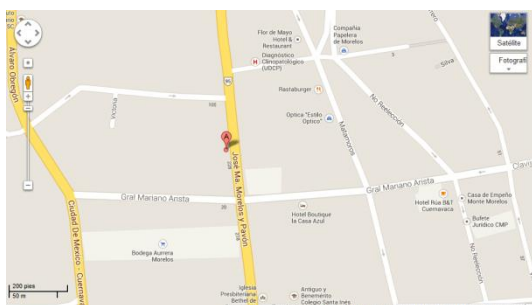
NOMBRE DEL SERVICIO:

Terminal Estrella Blanca

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Empresa de auto transporte dedicada a transportar pasajero y carga en Morelos, Distrito Federal y Guerrero.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Autotransporte de pasajeros.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El pasajero es muy variado. El pasajero del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Destino: Cuernavaca

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

José María Morelos 329, Centro, 62030 Cuernavaca, Morelos, México

+52 777 312 8190

estrellablanca.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

Terminal Estrella de Oro

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



MAXIBUSES



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Empresa de auto transporte dedicada a transportar pasajero y carga en Morelos, Distrito Federal y Guerrero.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

2. Autotransporte de pasajeros.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El pasajero es muy variado. El pasajero del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)

Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Destino: Cuernavaca

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

José María Morelos 329, Centro, 62030 Cuernavaca, Morelos, México

+52 777 312 8190

estrellablanca.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

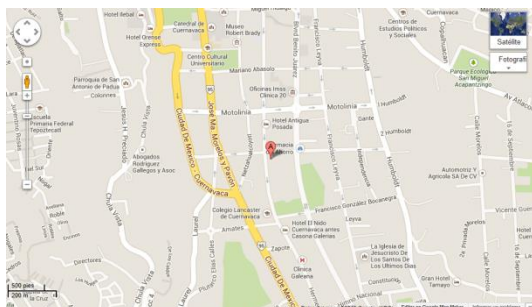
NOMBRE DEL RECURSO:

Terminal Estrella Roja

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Empresa de auto transporte dedicada a transportar pasajero y carga en Morelos, Distrito Federal y Guerrero.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

3. Autotransporte de pasajeros.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El pasajero es muy variado. El pasajero del Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)

Elija la opción correcta.

() Sí

(X) No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Destino: Cuernavaca

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Cuauhtemotzin, Centro, 62000 Cuernavaca.

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

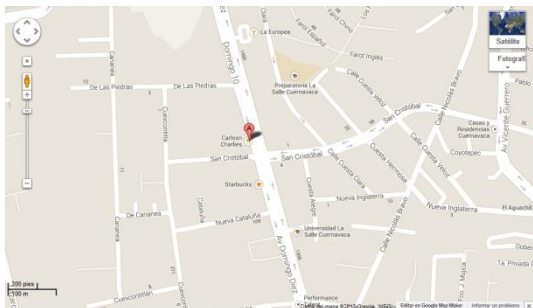
NOMBRE DEL SERVICIO:

Carlos'n Charlies

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Carlos'n Charlie's es una cadena de restaurantes casuales mexicanos, principalmente ubicados en los destinos turísticos de México y el Caribe.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)

Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Destino: Cuernavaca

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Destino: Cuernavaca

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Domingo Diez No. 711, Col del Empleado, Cuernavaca, Morelos, 62250 México

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL SERVICIO:

El Faisán

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

La excelencia de la **comida Yucateca** a su máxima expresión: "papazules", "cochinita pibil", "faisán de collar blanco en pipian", "queso relleno" y otros platillos, elaborados con las auténticas recetas de la abuela y conservadas a la fecha que pasan de padre a hijo por generaciones y que son una delicia para el paladar.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)

Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Destino: Cuernavaca

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Destino: Cuernavaca

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Av. Emiliano Zapata # 1233, Colonia Buenavista

Cuernavaca, Morelos, C.P. 62130

Tel. (777) 317-5281

www.elfaisan.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

La Guelaguetza

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

La
guelaguetza



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

El Restaurante “La Guelaguetza” Cuernavaca, abrió sus puertas al público el 19 de Noviembre de 1989 a cargo de el Sr. Lic. Héctor Arriaga Ortiz y familia. Esta empresa nace debido a la falta de un lugar que ofreciera las delicias de la gastronomía oaxaqueña en la ciudad de Cuernavaca Morelos, para lo cual se hizo una exhaustiva búsqueda de proveedores y personas calificadas para capacitar al personal que laboraría en el restaurante, dando como resultado una sociedad tácita con el Sr. José Maldonado Rincón y familia, propietarios de “La Guelaguetza” (Andalucía 241, col. Álamos y en cd. satélite) México. De esta sociedad es el por qué de nuestro nombre, mismo con el que conocemos a la fiesta más importante de Oaxaca y considerada patrimonio de la humanidad.

Así, una vez completo el esquema de trabajo, proveedores y personal inicia con gran éxito el Restaurante “La Guelaguetza” Cuernavaca, ofreciendo un extenso menú con los platillos más representativos de la cocina oaxaqueña como son los chapulines, tlayudas, mole negro, mole coloradito, tasajo, cecina, quesillo y chiles pasilla entre otros, contando de igual forma con platillos típicos mexicanos, además de ofrecer al comensal una extensa barra de bebidas nacionales e internacionales, donde destaca el tradicional mezcal de la casa (pechuga y minero) digno de comparación con los mejores tequilas y bebidas del mundo; todo esto en un ambiente fresco, de tranquilidad y con detalles muy típicos de la cultura oaxaqueña.

Hoy día la gente nos reconoce como uno de los mejores restaurantes en Morelos gracias a 14 años de ofrecer el mejor servicio y cocina oaxaqueña, siempre manteniendo la calidad y originalidad de nuestros productos 100% oaxaqueños, lo cual también trajo como resultado el nacimiento de una nueva sucursal en la ciudad de Tijuana BC. bajo el nombre de “Aquí es Oaxaca”, la cual ofrece el mismo menú y servicios desde hace 4 años. Es muy importante mencionar que durante estos 14 años de existencia, hemos participado en numerosos eventos sociales, ferias, exposiciones gastronómicas, fiestas de gran importancia como la vendimia en Baja California y servido a numerosas personalidades de nuestro país dentro y fuera de nuestras instalaciones.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Destino: Cuernavaca

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)
El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).
Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Destino: Cuernavaca

Domingo Diez 604, El Empleado, 62250 Cuernavaca, Morelos
01 777 313 8426

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

La India Bonita

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Desde 1933, el restaurante la India Bonita ofrece su tradicional comida mexicana y una amplia selección de comida internacional. Nos esforzamos por conservar la tradición de sus platillos en cuanto a sabor y presentación, pero siempre en armonía con las nuevas tendencias gastronómicas. El restaurant se encuentra ubicado en la histórica Casa Mañana, en pleno centro histórico, y cuenta con hermosos patios y jardines que harán de su visita un momento mágico e inolvidable.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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

Destino: Cuernavaca

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Morrow 15 B, Centro, 62000 Cuernavaca, Morelos, México

+52 777 312 5021

laindiabonita.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

La Universal

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Este restaurante se encuentra ubicado en el Centro Histórico de Cuernavaca. Ofrece desayunos, comidas y cenas de antojitos mexicanos y especializados.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Destino: Cuernavaca

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Calle Guerrero No. 2, Col. Centro Tel. 3185970

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

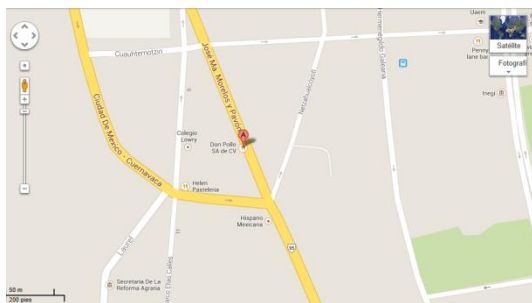
NOMBRE DEL SERVICIO:

Don Pollo

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Don Pollo es una cadena de restaurantes de comida mexicana, ambiente informal.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Destino: Cuernavaca

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Sucursal Morelos. Av. Morelos 9. Col. Centro 777 312 29 50 777

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

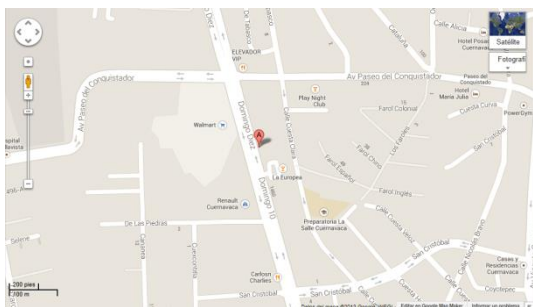
NOMBRE DEL SERVICIO:

La Tortuga Cucufata

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Don Pollo es una cadena de restaurantes de comida mexicana, ambiente informal.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)

Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Destino: Cuernavaca

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Domingo Diez 1460, San Cristóbal, 62230 Cuernavaca, Morelos, México
+52 777 311 4811

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

Iker Cantina Internacional

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

☐ (X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Restaurante cantina bar diversión y música en vivo.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)

Elija la opción correcta.

☐ () Sí

☐ () No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Destino: Cuernavaca

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Domingo Diez 913, 62250 Cuernavaca, Morelos, México

+52 777 317 4261 cantinaiker.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

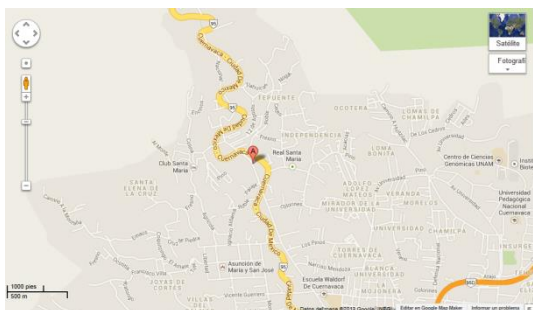
NOMBRE DEL SERVICIO:

La Nacional

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

El Restaurante "La Nacional", se encuentra sobre la calle Nacional, al lado del Hotel Real Santa María. Es un Restaurante Horno, Bar & Grill. En este lugar se come una deliciosa comida, tipo española, y es atendido por sus propietarios, que además amenizan las tardes con canciones españolas y música de órgano. Excelente para pasar una agradable tarde con tu pareja y/o amigos.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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

Destino: Cuernavaca

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Destino: Cuernavaca

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad *(¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad *(¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación *(¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Ubicado en Santa María Ahuacatitlán.

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

Los Bisquets de Obregón

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Restaurante mexicano y panadería.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

Destino: Cuernavaca

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Blvd. Benito Juárez No. 48.

Col. Las Palmas. Cuernavaca.

C.P. 62050

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

El Secreto

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

En un ambiente de armonía entre el agua, el aire y la naturaleza se encuentra el Restaurante El Secreto; en donde podrá degustar desayunos, comidas y cenas de gastronomía internacional. El Secreto es el lugar perfecto para sus eventos sociales pues cuenta con un amplio jardín, salón de fiestas y servicio de banquetes. Estacionamiento con valet parking y área de juegos infantiles. En el Restaurante El Secreto encontrarás todo lo que necesitas para pasar un día inolvidable en compañía de tus familiares y amigos.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)

Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Destino: Cuernavaca

() Sí

(X) No

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Tepozteco 211 y Teopanzolco, Colonia Reforma, Cuernavaca, Morelos
(777) 314 6274

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

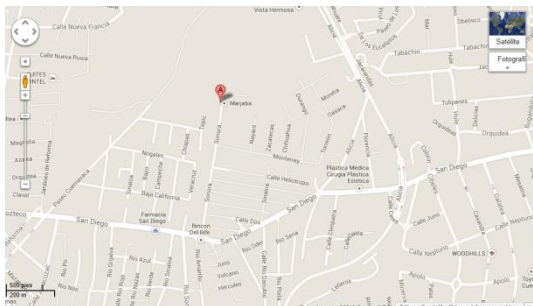
NOMBRE DEL SERVICIO:

El Madrigal

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

El Madrigal abrió sus puertas el 19 de Noviembre del 2001 gracias al esfuerzo y dedicación de Rubén Cerda. Espacio de arquitectura colonial mexicana, con bellos jardines listo para agasajar a los comensales y amigos en un ambiente de paz y tranquilidad. Ofrece gastronomía mexicana e internacional. Cuenta con salones y jardines para eventos, bodas y banquetes.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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

Destino: Cuernavaca

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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)

Destino: Cuernavaca

Comentarios: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Sonora 115 Vista Hermosa, Cuernavaca

(777) 100-7700

www.elmadrigal.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

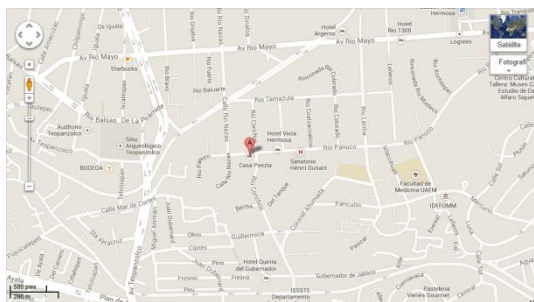
NOMBRE DEL SERVICIO:

Casa Poézia

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

El restaurante en Hotel Boutique & Spa Casa Poezia, le ofrece el gusto de disfrutar de la tradicional comida mexicana de una manera moderna y fina. Queremos que cada visitante quede satisfecho y complacido con nuestro menú, ofrecemos una gran variedad de platillos; Los invitamos a disfrutar su Desayuno o Comida en nuestras terrazas con vista al exuberante jardín.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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

Destino: Cuernavaca

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Destino: Cuernavaca

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad *(¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad *(¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación *(¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Río Pánuco #23 Col. Vista Hermosa
Cuernavaca, Morelos, México

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

Los Vikingos

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Una de las especialidades que se pueden disfrutar en un ambiente familiar en el Restaurante Los Vikingos son los desayunos, acompañados por pan recién preparado. La gran variedad de platillos hace que toda la familia disfrute de su mejor elección con el sazón casero que nos distingue.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?) Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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

Destino: Cuernavaca

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Destino: Cuernavaca

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Bldv. Juárez Esq. Oaxaca Col. Las Palmas. Cuernavaca, Morelos Tels.: (777) 312 8584 y 314 0354

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

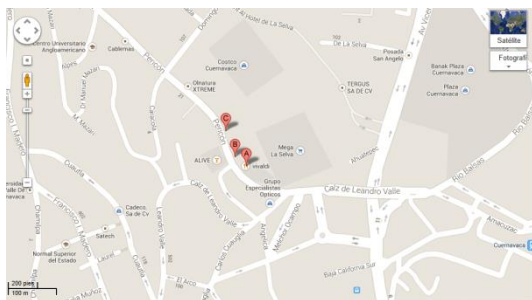
NOMBRE DEL SERVICIO:

Vivaldi

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Restaurante, cafetería, pastelería, panadería y salón de eventos.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)

Elige la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elige opción correcta y describe en caso afirmativo.

() Sí

(X) No

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Destino: Cuernavaca

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Grupo Vivaldi, Pericón 102, Cuernavaca, Morelos. Tel. 7773180122

www.vivaldi.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

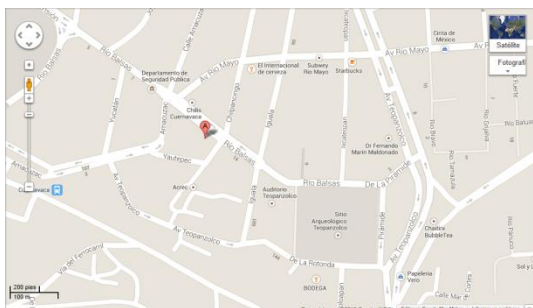
NOMBRE DEL SERVICIO:

Papa Bill's Saloon

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Bar y restaurante americano.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)

Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Destino: Cuernavaca

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Av. Rio Balsas #12 A, Col.Vista Hermosa, 62290 Cuernavaca, Morelos, México

+52 777 289 6043 papabills.com.mx

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL SERVICIO:

Falefel

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



FOTOGRAFÍA:



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Comida Libanesa

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

**Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.**

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Destino: Cuernavaca

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Vicente Guerrero 110, Lomas de La Selva, 62270 Cuernavaca, Morelos, Tel. 01 777 312 9090

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL SERVICIO:

Mesón del Gaucho

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

Cada día nuestra cocina es abastecida con materia prima fresca y de solo una calidad, la mejor. Este es sin duda el primer paso que damos en la elaboración de nuestros platillos cada uno hecho a mano con todo el cuidado hasta hacerlo llegar al destino final.. su paladar!. Montamos diariamente en parrilla lo más selecto en jugosos cortes de acuerdo a su exigencia. Nuestro abanico de opciones es clara muestra de nuestro compromiso y dedicación para ofrecerle calidad, variedad y selección. El cuidado en procedimientos de manejo y preparación de su corte es un sello distintivo de nuestra casa. Nuestra cava ofrece desde un paladeable Vino de Mesa.... hasta un sofisticado vino digno para la Mesa de un Rey. Ponemos a su disposición siempre las mejores opciones para degustar a lo que se conoce como "El arte que somete a todos los sentidos".

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Destino: Cuernavaca

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio 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: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al servicio)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Destino: Cuernavaca

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: Ninguna

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (*¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (*¿El servicio se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (*¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Domingo Diez 1460, San Cristóbal, 62230 Cuernavaca, Morelos, México

+52 777 372 1121 mesongaucho-mexico.com

Destino: Cuernavaca

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL SERVICIO:

El Indulto Arrachera's & Grill

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cuernavaca

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

FOTOGRAFÍA:



TIPO DE SERVICIO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Servicio Turístico

DESCRIPCIÓN

Descripción del servicio:

El Indulto Arrachera's & Grill es una empresa orgullosamente mexicana fundada en 1999, cuyo fundador, aficionado a los toros y a la Fiesta Brava, decidió escoger como emblema de su marca el nombre "El Indulto" por ser el más alto reconocimiento a la calidad del toro en la Fiesta Brava, ya que en ocasiones cuando el torero ha comprendido al toro y el animal ha demostrado fuerza, bravura y nobleza, el público exige y consigue "El Indulto", máximo reconocimiento al gusto y calidad, convirtiendo al toro en semental para crianza de animales con su misma casta.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece).

1. Gastronomía.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

El visitante es muy variado. El visitante de Morelos y el Distrito Federal es el más significativo.

Gestión del servicio (Tipo de gestión y organismo que se encarga del servicio).

Iniciativa privada.

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios: No existen descuentos a estudiantes ni ancianos.

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el servicio en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Destino: Cuernavaca

() Sí

(X) No

Comentarios: No está incluido a un paquete turístico y no está integrado a rutas turísticas.

Promoción (*¿Lleva a cabo el servicio acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

(X) No

Comentarios: Ninguna.

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al servicio*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del servicio*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al servicio, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguno

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el servicio para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No cuenta con instalaciones para personas con capacidades diferentes.

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del servicio*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

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: Ninguna

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del servicio*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Ninguna

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

Destino: Cuernavaca

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Alimentación (Existencia y calidad de servicios de alimentación).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Compras (Existe tienda de souvenirs, artesanía en el servicio o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Ninguna

Sostenibilidad medioambiental (¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del servicio? 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: Ninguna

Singularidad (¿Puede ser considerado un servicio diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Si puede ser considerado un servicio diferenciado.

Seguridad (¿El servicio se puede visitar con seguridad?)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Ninguno

Comunicación (¿Existe wifi en el servicio, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Plaza Cinemex Diana, Carretera México-Acapulco

Teléfono: (777) 3166791

Horario: 9:00 a las 22:00 hrs.

Destino:

Factor: **Oferta Turística**Indicador: **Número del Indicador****Número de monumentos**Código de Indicador: **OT2**Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web☐
☐
☐
☐

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Registro Nacional de Turismo
Otro:☐
☐

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



Secretaría
de Turismo

Estudio de Competitividad Turística del Destino Cuernavaca, Morelos

Portafolio de proyectos de inversión

Universidad Autónoma del Estado de Morelos



SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



Secretaría
de Turismo



Estructura de Contenido

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN DE LA ACDT	2
Presentación	2
Objetivo General	3
Acciones Estratégicas.....	3
Descripción del Portafolio de Proyectos de Inversión de Cuernavaca.	5
1. Rehabilitación y mejoramiento del Centro Histórico de Cuernavaca (en seis etapas)	5
2. Centro Cultural y de Convenciones Teopanzolco.	9
3. Señalización Turística Innovadora del Destino de Cuernavaca.	12
4. Iluminación Artística, Cultural y Turística de Bienes Inmuebles.	15
5. Ecobici y ciclovías verdes.	20
6. Museo del ferrocarril y centro cultural en la antigua estación de Cuernavaca.	23
7. Centro de estudios e investigación sobre la Revolución Mexicana	26
8. Parques Ecoturísticos en las Barrancas de Cuernavaca.	28
9. Fortalecimiento del Programa de Policía Turística Municipal	31

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN DE LA ACDT

Presentación

La Ciudad de Cuernavaca, en el marco del Estudio de Competitividad Turística del Destino Cuernavaca, derivado de la Agenda de Competitividad de los Destinos Turísticos de México, tiene como finalidad:

- Hacer de Cuernavaca una ciudad turística de primer orden dentro del grupo líder de los destinos turísticos del centro de México.
- Utilizar a la actividad turística como instrumento para mejorar la “habitabilidad” de los espacios cívicos de la ciudad, conservar y recuperar el patrimonio histórico, cultural y natural.
- Mejorar la competitividad y rentabilidad de los negocios turísticos, comercio en general y de servicios elevando el ingreso per cápita de los trabajadores de los diferentes sectores.
- Impulsar al Centro histórico, como un producto turístico al nivel de otros del país, con el atractivo de estar dentro del perímetro del núcleo metropolitano de la ciudad de México, mediante la mejora de la imagen urbana.
- La conformación de un portafolio de diversas alternativas de inversión; y
- La priorización de dichas alternativas en función de posibilidades de generación de empleos productivos, y uso sostenible de los recursos involucrados, entre otros.

Para lo cual se verá reflejado en:

- Aumento del número de pernoctaciones en los hoteles de la ciudad y sus alrededores.
- Aumento de las visitas de recorrido al centro histórico además de los lugares históricos, zonas arqueológicas y culturales de la ciudad y su entorno inmediato.
- Cuernavaca será el centro de redistribución turística hacia otros destinos situados en el Estado de Morelos.
- Atraer turismo internacional que tome a la ciudad de Cuernavaca como un lugar alternativo de estancia y hospedaje incluso para visitantes a la Ciudad de México.

- Rescate de los espacios naturales situados delimitantes del polígono del centro histórico además de la trama de la ciudad, enriqueciendo su carácter de ciudad jardín y de naturaleza.
- Generación de excedentes económicos distribuidos a los diferentes sectores como comercio, servicios y turismo, además de la generación de empleos de forma directa e indirecta.

Objetivo General

El portafolio de proyectos de inversión del Destino de Cuernavaca tiene como objetivo general y acciones estrategias de desarrollo lo siguiente:

“Es indispensable continuar impulsando acciones que contribuyan a embellecer los espacios públicos y vialidades del Centro Histórico y alrededores de Cuernavaca, en sus diversos puntos de interés turístico, a través de proyectos que contribuyan a seguir mejorando la imagen urbana, el mobiliario urbano, la iluminación de inmuebles y/o sitios de valor histórico y cultural, el equipamiento turístico y la infraestructura y servicios, proyectos que son indispensables para garantizar la atención adecuada de nuestros visitantes, quienes cada vez son más exigentes y demandan servicios competitivos y de calidad.”

Acciones Estratégicas

- Desarrollar el proyecto rehabilitación y mejoramiento y cableado subterráneo del primer cuadro del Centro Histórico de Cuernavaca por etapas.
- Aumentar la afluencia de visitantes, derrama económica y generación de empleos directos e indirectos.
- Impulsar la actividad turística sostenible en las zonas de estudio, a través del rescate y puesta en valor de sus atractivos turísticos, tanto culturales como naturales.
- Dignificar la localidad.
- Identificar proyectos turísticos exitosos y definir rutas y circuitos con los equipamientos necesarios, que permitan fortalecer la oferta turística del Destino de Cuernavaca como un destino de calidad, que genere mayor gasto y estadía en beneficio de los habitantes de la región.

Derivado del Diagnóstico de la Situación Actual de Cuernavaca, el Centro Histórico y los alrededores de Cuernavaca, en su estado actual representan un atractivo turístico de poco valor, ya que con el deterioro paulatino han dejado de venir operadores turísticos con una cantidad importante de turistas, ya que no se brindan los servicios adecuadamente así como la imagen urbana actual, que es el marco visual del visitante de desagrado, por la alta contaminación visual generada por la maraña de cables, postes, transformadores, anuncios, toldos, artículos colgados en vanos, pavimentos en mal estado al igual que las banquetas pequeñas y disfuncionales.

El presente portafolio de proyectos de inversión podrá beneficiar a la población en general con el resultado del aumento de la afluencia de visitantes, la generación de excedentes económicos y la creación de empleos directos e indirectos, a través de las siguientes acciones del mismo:

1. Rehabilitación y mejoramiento del Centro Histórico de Cuernavaca (en etapas)
2. Centro Cultural y de Convenciones Teopanzolco
3. Señalización Turística Innovadora del Destino de Cuernavaca
4. Iluminación Artística, Cultural y Turística de Bienes Inmuebles.
5. Ecobici y ciclovías verdes.
6. Museo del ferrocarril y centro cultural en la antigua estación de Cuernavaca.
7. Centro de estudios e investigación sobre la Revolución Mexicana
8. Parques Ecoturístico en las Barrancas de Cuernavaca.
9. Policía Turística Municipal

Descripción del Portafolio de Proyectos de Inversión de Cuernavaca.

1. Rehabilitación y mejoramiento del Centro Histórico de Cuernavaca (en seis etapas)

- Descripción del Proyecto.

Desde el año de 1994, de acuerdo con el diagnóstico turístico de la ciudad de Cuernavaca y que tiene que ver con el mejoramiento de la imagen urbana, se han realizado diversas etapas de revitalización del centro histórico, que incluyen remozamiento de fachadas, cableado subterráneo, mejoramiento de la red hidráulica, ampliación y mejoramiento de drenaje y alcantarillado, aplicación de pintura, sustitución y mejoramiento de pavimentos, colocación de material pétreo en banquetas, señalización, iluminación artística en algunos monumentos y edificios históricos, reordenamiento del comercio semi fijo, colocación de mobiliario urbano, recuperación de la tipología, normatividad, entre otros aspectos.

Sin embargo durante todos estos años, solamente se ha avanzado en seis o siete calles y algunos edificios históricos emblemáticos.

Es por ello que derivado de este diagnóstico se pretende avanzar con las etapas de revitalización y mejoramiento de la imagen urbana del centro histórico de Cuernavaca con el objetivo de lograr atraer a un mayor número de visitantes y que tengan la posibilidad de recorrer otros sectores del centro histórico que hoy en día no se conocen.

El proyecto contempla acciones de mejoramiento y rescate de la imagen urbana y equipamiento turístico en sitios e inmuebles del centro histórico de Cuernavaca, de manera específica, la rehabilitación de la imagen urbana de las calles de **Matamoros, Galeana, No reelección, Degollado, Leandro Valle, Guerrero, Morelos, Lerdo de Tejada y Morrow y que entre sus calles guardan bellas casonas de arquitectura vernácula y civil** que vale la pena resaltar, además de visitar los corredores comerciales del Centro Histórico.

- Localización.

(Destinos definidos en las Agendas)

Detallar la ubicación y describir la forma, accesos y facilidades para llegar. Es recomendable incorporar documentación gráfica (mapa) o cartográfica.

- Productos.

El proyecto está orientado a impulsar y fomentar el turismo cultural. La mayor parte de los recursos histórico-monumentales se concentran en el Centro Histórico de la ciudad, encontrándose muy próximos entre sí y siendo muy fácil desplazarse de

unos a otros. El Centro Histórico de Cuernavaca ofrece diversas opciones para los visitantes de la mayoría de los segmentos de mercado. Esto implica una ventaja sobre otros destinos turísticos, sin embargo, esta oferta no se encuentra integrada, en muchos casos le falta inversión en infraestructura, servicios turísticos relacionados, promoción, comercialización, entre otros factores.

Al dotar de infraestructura y equipamiento de apoyo al turismo del Centro Histórico de Cuernavaca permitirá poner en valor los atractivos, servicios y actividades, en coordinación con las autoridades estatales, municipales y prestadores de servicios turísticos.

- Mercado.

El proyecto está dirigido a satisfacer las necesidades y requerimientos del turista local, nacional e internacional, en materia de recreación y esparcimiento. La identificación de los mercados de origen señala que más del 80% de los turistas que visitaron Cuernavaca son originarios del Distrito Federal y del Estado de México. Guerrero y Puebla representaron 5% y 4% respectivamente, solo en un 3% son turistas extranjeros.

- Factibilidad de producción competitiva.

Actualmente el Centro Histórico cuenta con un número aproximado de 2,000 comercios, de los cuales estos son: establecidos, semifijos y ambulantes. El Centro Histórico cuenta con hoteles, restaurantes, museos, centros culturales, arquitectura civil y religiosa, touroperadores de servicios turísticos.

- Problemas a resolver.

El rescate de la imagen urbana es una actividad fundamental para atraer el turismo, en este rubro se plantea –entre otras actividades- la adecuación de los anuncios comerciales, la iluminación apropiada de sus monumentos históricos; el ordenamiento de sus plazas y sitios de tradición. El Centro Histórico de Cuernavaca en su estado actual representa un atractivo turístico de poco valor, ya que con el deterioro paulatino de sus áreas, servicios y actividades turísticas han dejado de venir operadores turísticos con una cantidad importante de turistas, ya que no se brindan los servicios y actividades adecuadamente.

Así como la imagen urbana actual, que es el marco visual del visitante es de desagrado, por el mal estado de la imagen urbana del centro, la alta contaminación visual generada por la maraña de tráfico, postes anuncios, toldos, artículos colgados en vanos, pavimentos en mal estado al igual que las banquetas pequeñas y disfuncionales, y principalmente los accesos de entrada que se encuentran en mal estado.

El proyecto tiene como propósito resolver la rehabilitación y mejoramiento de su imagen urbana de las principales calles del polígono y perímetro del Centro Histórico; al mejorar la infraestructura y equipamiento turístico centro, mejoraremos la calidad de vida de los habitantes así como se ofrecerán mejores productos y servicios al visitantes (turistas) provocando con ello derrama económica y pernocta, lo que se traducirá en ocupación hotelera, consumo de alimentos y bebidas, utilización de medios de transporte entre otros.

- Acciones a realizar.

El proyecto contempla acciones de rehabilitación y mejoramiento de la imagen urbana de las calles de Matamoros, Galeana, No reelección, Degollado, Leandro Valle, Guerrero, Morelos, Lerdo de Tejada y Morrow y que entre sus calles guardan bellas casonas de arquitectura vernácula y civil, a través de la ejecución de las obras que a continuación se enuncian:

1. Obras de rehabilitación de la infraestructura.
2. Ocultamiento de cables.
3. Acabados pétreos en banquetas y concreto estampado en arroyos.
4. Accesos para personas con capacidades diferentes.
5. Remozamiento de fachadas.
6. Renovación del mobiliario urbano.
7. Señalización adecuada en cruces peatonales y nomenclatura de calles.
8. Iluminación escénica.
9. Áreas Verdes
10. Restricción de estacionamiento en la vía pública para un mejor flujo vehicular, como control vehicular del servicio público.
11. Módulos de información turística

- Metas o Impacto.

El proyecto tiene como meta rehabilitar y mejorar la imagen urbana de las principales calles y cableado subterráneo del polígono del Centro Histórico de Cuernavaca, en seis etapas.

El proyecto beneficiará económicamente a más de 2,000 prestadores de servicios y comerciantes establecidos actualmente en la zona, aumentando la rentabilidad de sus negocios.

- Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: Secretaría de Turismo Federal, Secretaría de Turismo del Estado de Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca.

- Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$200 millones de pesos en seis etapas. El recurso requerido provendrá tanto de la Secretaría de Turismo Federal como de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos.

2. Centro Cultural y de Convenciones Teopanzolco.

- Descripción del Proyecto.

Derivado del diagnóstico a la ciudad de Cuernavaca en materia turística y como uno de los objetivos es detonar el turismo de reuniones y el ámbito cultural, se pretende convertir el auditorio Teopanzolco, construido en 1983 como centro de Convenciones y Centro Cultural, con el fin de dar cabida a eventos, congresos, coloquios, conferencias, seminarios de carácter nacional e internacional, además de contar con áreas de talleres, locales, galerías, librería y cafetería.

Actualmente el estado de Morelos cuenta con un centro de convenciones llamado *World Trade Center*, ubicado en unos de los municipios de la zona metropolitana de Cuernavaca, en Xochitepec, sin embargo éste se encuentra prácticamente a las afueras de la ciudad y alejado de servicios de hospedaje, alimentación, servicios y esparcimiento, es por ello que al crear este nuevo centro cultural y de convenciones, no competiría con el *WTC*, sino que complementaría la oferta turística del estado.

El auditorio Teopanzolco actualmente es solo un espacio semi cubierto de 8,791 m² en el cual se llevan a cabo conciertos, obras de teatro, eventos deportivos de box y lucha libre, mítines políticos, celebraciones y fiestas, ferias comerciales, comidas, cenas y diversos eventos, sin embargo por sus propias características no es posible llevar a cabo otro tipo de eventos que sin duda pudieran atraer un segmento especial de turismo, el turismo de reuniones o el turismo académico.

El proyecto contempla la construcción de un Centro Cultural y de Convenciones en Teopanzolco.

- Localización.

(Destinos definidos en las Agendas)

Detallar la ubicación y describir la forma, accesos y facilidades para llegar. Es recomendable incorporar documentación gráfica (mapa) o cartográfica.

- Productos.

El proyecto está orientado a impulsar y fomentar el turismo de negocios y reuniones.

- Mercado.

Según el perfil del visitante a Morelos, ubica al turismo de negocios o reuniones (incluye las variantes de congresos y convenciones tales como Congresos, Convenciones, Ferias y Exposiciones y Viajes de incentivo) en el tercer motivo para acudir a Morelos (16%), sólo lo superan visitas a familiares y amigos (29%) y descanso, placer y diversión (29%).

El turismo de negocios o reuniones genera una derrama cercana a los 2 mil 400 millones de pesos (23% de la derrama total). Además, este segmento regula la estacionalidad de la demanda, mejora la ocupación en temporadas bajas y contribuye a elevar el gasto promedio por persona.

- Factibilidad de producción competitiva.

Cuernavaca ofrece solamente con 20 hoteles que cuentan con salones para eventos. Buscan diversificar su oferta de servicios y aumentar sus ingresos mediante nuevos nichos de producto como turismo de negocios, eventos y convenciones, bodas, entre otros, por lo que la construcción de un centro de convenciones permitirá generar un efecto multiplicador, en beneficio de los prestadores de servicios turísticos de Cuernavaca.

- Problemas a resolver.

El Centro de Convenciones ubicado en el municipio de Xochitepec, será un polo de desarrollo de éste segmento de mercado a mediano y largo plazo. En el diagnóstico se recabaron distintas opiniones sobre su ubicación, factibilidad de desarrollo en el tiempo, ventajas-desventajas, entre otros elementos.

No obstante, a lo anterior, las principales desventajas radican en su lejanía de la ciudad de Cuernavaca, lo cuál aumenta los costos de realizar una convención en el recinto, debido a la complicada logística y al reducido número de habitaciones cercanas a éste. Además, se requiere de vías alternas para acceder rápidamente a éste debido a los problemas de tráfico en la Autopista del Sol.

El proyecto tiene como propósito resolver las desventajas arriba referidas, ya que permitirá aumentar la afluencia de visitantes, derrama económica y la generación de empleos directos e indirectos en beneficio de los prestadores de servicios turísticos del Destino de Cuernavaca.

- Acciones a realizar.

La construcción de un Centro Cultural y de Convenciones en Teopanzolco.

- Metas o Impacto.

El proyecto beneficiará económicamente a los prestadores de servicios y comerciantes establecidos actualmente en Cuernavaca, aumentando la rentabilidad de sus negocios, por el efecto multiplicador que genera el turismo de reuniones.

- Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: El Gobierno del Estado de Morelos, a través de la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Obras Públicas, el Municipio de Cuernavaca, el Instituto Nacional de Antropología e Historia Delegación Morelos y la iniciativa privada.

- Monto de la Inversión.

El costo total asciende a más de mil millones de pesos en una sola etapa. El recurso requerido provendrá tanto de la Secretaría de Turismo Federal como de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos y de una aportación significativa de la iniciativa privada.

3. Señalización Turística Innovadora del Destino de Cuernavaca.

- Descripción del Proyecto.

El proyecto contempla el suministro y la instalación de Tableros de Señalización Vial Turística hacia y en los destinos turísticos de Cuernavaca, con características propias de sus zonas turísticas contemplando, entre otros: decisivo de orientación y aproximación al destino, panel confirmativo de destino, referencia y orientación en sitio turístico.

- Localización.

(Destinos definidos en las Agendas)

Detallar la ubicación y describir la forma, accesos y facilidades para llegar. Es recomendable incorporar documentación gráfica (mapa) o cartográfica.

- Productos.

El proyecto está orientado a impulsar y fomentar el turismo carretero, así como la puesta en valor de los atractivos, servicios y actividades turísticas que ofrece Cuernavaca.

- Mercado.

El proyecto está dirigido al público en general, y de manera específica, al turismo local, nacional e internacional.

- Factibilidad de producción competitiva.

La Secretaría de Turismo Federal, a través del Compendio Estadístico de Turismo en México registra que existen 421 empresas relacionados con el turismo en Cuernavaca. La mayor parte de la oferta se compone de establecimientos de alimentos y bebidas (62%), seguido de bares (11%), cafeterías (3.3%), discotecas y centros nocturnos (3%), agencias de viajes (17%), empresas arrendadoras de automóviles (2.3%) y campos de golf. No tiene Centro de Convenciones.

- Problemas a resolver.

La promoción de los diversos productos turísticos es uno de los pilares fundamentales que marcan la acción estratégica de gran número de instituciones y particulares para abordar el desarrollo de los pueblos y ciudades. Estrategias para obtener un mayor dinamismo económico mediante la promoción del patrimonio

cultural e histórico, valores naturales, recursos y servicios turísticos, como factores coadyuvantes de ese desarrollo integral.

La implementación de un programa de señalización turística debe valorarse como uno de los aspectos más importantes de los planes y programas de fomento turístico. Incide directamente en la información, la orientación y la puesta en valor de los recursos del espacio, así como el acceso a los elementos necesarios para interpretar esos valores culturales y tradicionales.

Una de las principales debilidades de la ciudad de Cuernavaca, de acuerdo con el diagnóstico desarrollado, es su señalización en todos sus ámbitos. No existe tal y aunado a la sinuosa y estrecha traza urbana diseñada sobre barrancas, hace aún más difícil la localización y ubicación de inmuebles históricos, principales atractivos turísticos y espacios de hospedaje, alimentación y recreación.

Es por lo anterior que se contempla dentro de estos proyectos de inversión, una propuesta seria en materia de señalización que permita ubicar los principales atractivos de la ciudad y los visitantes puedan llegar sin ningún contratiempo al destino turístico o servicio turístico de su elección.

Este proyecto de señalización contempla entre otros aspectos, nomenclatura de calles, señalización braille, señales de hospedaje, alimentación, estacionamientos, información turística, servicios médicos, comercios de artesanías, mapas entre otros.

Cuernavaca como capital del estado de Morelos y principal destino turístico de la entidad, requiere de una señalización integral y de un diseño especial que logre vincular todo el ámbito turístico, tour operadores, guías de turistas, prestadores de servicios turísticos, comerciantes, inmuebles históricos, centros de diversión, entretenimiento y esparcimiento, etc...

Esta señalización deberá integrar señales para personas con cualquier tipo de discapacidad, es decir, nomenclatura braille en calles, sitios y monumentos, líneas guía de piso, semáforos con sonido y stop, entre otros elementos incluidos en el apartado de Centro histórico de Cuernavaca accesible e incluyente.

El proyecto contempla resolver el problema de señalización turística de los atractivos, servicios y actividades turísticas que ofrece el Destino de Cuernavaca.

- Acciones a realizar.

Entre sus principales acciones a realizar sobresale el suministro y la instalación de Tableros de Señalización Vial Turística hacia y en los destinos turísticos de

Cuernavaca, con características propias de sus zonas turísticas contemplando, entre otros: decisivo de orientación y aproximación al destino, panel confirmativo de destino, referencia y orientación en sitio turístico.

- Metas o Impacto.

Suministro y la instalación de 900 Tableros de Señalización Vial Turística hacia y en los destinos turísticos de Cuernavaca

- Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: Secretaría de Turismo del Estado de Morelos, Secretaría de Obras Públicas, el Municipio de Cuernavaca, el Instituto Nacional de Antropología e Historia y la iniciativa privada.

- Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$15,000,000.00 en una sola etapa. El recurso requerido provendrá de la Secretaría de Turismo Federal, de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos y del Municipio de Cuernavaca.

4. Iluminación Artística, Cultural y Turística de Bienes Inmuebles.

- Descripción del Proyecto.

El proyecto contempla la iluminación artística, turística y cultural de sitios emblemáticos de arquitectura civil y religiosa del Centro Histórico de Cuernavaca.

- Localización.

(Destinos definidos en las Agendas)

Detallar la ubicación y describir la forma, accesos y facilidades para llegar. Es recomendable incorporar documentación gráfica (mapa) o cartográfica.

- Productos.

El proyecto está orientado a impulsar y fomentar el turismo cultural. La mayor parte de los recursos histórico-monumentales se concentran en el Centro Histórico de la ciudad, encontrándose muy próximos entre sí y siendo muy fácil desplazarse de unos a otros.

- Mercado.

El proyecto está dirigido al público en general, y de manera específica, al turismo local, nacional e internacional.

- Factibilidad de producción competitiva.

Cuernavaca cuenta con un patrimonio cultural integrado por su riqueza histórica, arqueológica prehispánica y por su legado histórico-monumental posterior a la conquista española, riqueza patrimonial la cual se enuncian a continuación:

Arquitectura civil relevante.

1. - Palacio de Cortés (Museo Cuauhnáhuac).
2. - Casa de Maximiliano (Centro INAH Morelos, Museo de Medicina Tradicional y Jardín Etnobotánico).
3. - Casa Manuel de la Borda (Jardín Borda).

Infraestructura urbana

Puentes.

1. - Puente Telpochhuehueco (el viejo siempre joven)
2. - Puente Carlos Quauglia.
3. - Puente Amanalco.

4. - Puente La Emperatriz Acapantzingo.
5. - Puente de la Carolina.
6. - Puente Tablas.
7. - Puente de San Antón.
8. - Puente del Panteón.
9. - Puente Porfirio Díaz.

Acueductos

1. - Acueducto Gualupita.
2. - Acueducto Carlos Quauglia.
3. - Acueducto Amanalco.
4. - Acueducto Amatlán.

Plazas y plazuelas

1. - Plaza Juárez.
2. - Plaza Zaragoza.
3. - Plaza Chapitel del Calvario.
4. - Plaza Morelos.
5. - Plazuela del Zacate o del 2 de Mayo de 1812.

Jardines y parques.

1. - Jardín Borda.
2. - Jardín Revolución.
3. - Jardín San Juan.
4. - Jardín Etnobotánico.
5. - Jardín Porfirio Díaz.
6. - Parque Melchor Ocampo.
7. - Parque Chapultepec.

Monumentos muebles

Escultóricos

- 1.- Escultura del General Carlos Pacheco.
2. - Escultura del Niño Artillero.
3. - Escultura de Emiliano Zapata.
4. - Escultura a la Madre
5. - Escultura la Jicarera.
6. - Escultura a Cuauhtémoc.
7. - Escultura a Don Benito Juárez García.
8. - Escultura a Manuel Ávila Camacho.
9. - Escultura a Vicente Guerrero.

Fuentes públicas

1. - Fuente Porfirio Díaz.
2. - Fuente a los Héroes de la Patria.

Patrimonio histórico cultural del municipio de Cuernavaca, Morelos.

- 1.- Santa Catedral de la Asunción de María Cuernavaca.
- 2.- Templo de San Francisco de la Tercer Orden. Cuernavaca.
- 3.- Templo del Carmen. Cuernavaca.
- 4.- Capilla abierta de San José. Cuernavaca.
- 5.- Templo de la Virgen de los Dolores. Cuernavaca.
- 6.- Humilladero de la Virgen de Guadalupe. Cuernavaca. "Calvario".
- 7.- Templo de Jesús Nazareno "Tepetates". Cuernavaca.
- 8.- Parroquia de Nuestra Señora de Guadalupe. Cuernavaca.
- 9.- Parroquia de San Antonio Analco. Cuernavaca.
- 10.- Capilla de San Francisco de Asís. Cuernavaca.
- 11.- Parroquia de San Juan Chapultepec. Cuernavaca.
- 12.- Capilla de San Pablo Apóstol. Cuernavaca.
- 13.- Capilla de los Dolores. Cuernavaca.
- 14.- Capilla de Santo Cristo. Cuernavaca.
- 15.- Templo de San Miguel Arcángel. Acapantzingo.
- 16.- Capilla de San Dieguito. Acapantzingo.
- 17.- Parroquia de San Luís Obispo. Amatitlán.
- 18.- Capilla del Señor de la Inspiración. Atlacomulco.
- 19.- Parroquia de San Lorenzo. Chamilpa.
- 20.- Templo de Nuestra Señora de Guadalupe. Melchor Ocampo - Gualupita.
- 21.- Parroquia del Divino Salvador. Ocotepec.
- 22.- Capilla de Nuestra Señora de los Dolores. Ocotepec.
- 23.- Capilla de la Candelaria. Ocotepec.
- 24.- Capilla del Señor de los Ramos. Ocotepec.
- 25.- Capilla de la Santa Cruz. Ocotepec.
- 26.- Parroquia de San Antonio Analco. San Antón.
- 27.- Capilla de San Jerónimo. San Jerónimo.
- 28.- Parroquia de la Asunción. Santa María Ahuacatlán.
- 29.- Capilla de los Santos Reyes. Tétela del Monte.
- 30.- Capilla de Nuestra Señora de los Milagros. Tlaltenango.
- 31.- Capilla de Nuestra Señora de los Ángeles. Ahuatepec.

- Problemas a resolver.

En el mundo, la iluminación artística en monumentos arquitectónicos ha tenido un gran auge, ya que iluminamos espacios y elementos arquitectónicos para realzar su belleza y dar un efecto único cambiando la percepción del individuo.

Las ciudades han cambiado la forma de concebir y vivir el espacio urbano por las noches, en la actualidad, en muchas ciudades de México, la ciudad se transforma para tener una actividad comercial, principalmente a través de centros nocturnos.

En el municipio de Cuernavaca se han realizado esfuerzos por implementar iluminación artística en algunos monumentos históricos dentro del primer cuadro de la ciudad, tal es el caso, del Palacio de Cortes, el chapitel del Calvario, el Palacio de Gobierno y en el conjunto de Catedral, principalmente en elementos

arquitectónicos de gran belleza e importancia, como es el campanario, las cúpulas y las portadas de las diferentes edificaciones que existen dentro del conjunto.

La iluminación ayuda a que la ciudad se viva de noche, dando un matiz diferente a lo que puedes vivir en el día, las grandes urbes del mundo han utilizado la iluminación artística para realzar sus principales construcciones convirtiéndolos en hitos, donde los habitantes así como los turistas viven los diferentes espacios de la ciudad, apropiándolos y admirando su belleza.

En Cuernavaca contamos con múltiples monumentos que de distintas épocas, diferentes estilos y materiales que con una adecuada iluminación artística se pueden embellecer, haciendo de la ciudad de Cuernavaca una ciudad en el día y otra por las noches en una ambiente cultural para los habitantes así como para el turista.

El proyecto contempla resolver el problema de la falta de iluminación artística, turística y cultural de sitios emblemáticos, que permitan poner el valor los bienes inmuebles del Destino de Cuernavaca, entre otros.

- Acciones a realizar.

Entre sus principales acciones a realizar sobresale la iluminación artística, turística y cultural de los sitios emblemáticos de arquitectura civil y religiosa del Centro Histórico de Cuernavaca: Palacio de Cortés, Palacio de Gobierno y el Convento de Cuernavaca.

- Metas o Impacto.

La propuesta de raíz para la iluminación artística es implementar recorridos nocturnos, en donde la cultura se va a transmitir a través de visitas guiadas, teatro, música, danza y demás, por lo cual dicha iluminación resulta muy importante para la ciudad, atrayendo al turismo.

Es indudable que la iluminación es un aspecto con el que se relaciona el ser humano, debido a que la vista es uno de los sentidos fisiológicos que permite obtener información y conocer el mundo de los objetos. La luz ha permitido por otro lado, la conformación comunal y el desarrollo de la tecnología que actualmente conocemos.

La tecnología en iluminación ha avanzado y se ha enfocado a innovar tecnología, para realzar e iluminar arquitectónicamente áreas específicas como monumentos, iglesias, jardines, fachadas, etc. Con modernos equipos que puedes iluminar áreas muy pequeñas hasta edificios de gran envergadura. Estos equipos de iluminación cuentan con toda la gama de colores y pueden por medio de controladores electrónicos ser manejados para cambiar de color cada cierto tiempo o se mantengan fijos en una sola tonalidad y así mismo mostrar distintas texturas y efectos. Según el color de la luz, se clasifican las lámparas en tres categorías: luz

cálida, luz neutral y luz diurna. La arquitectura y la forma de iluminar están dando un giro, se utilizan los dispositivos llamados LEDS, es un diodo semiconductor que emite luz. Para que una lámpara funcione debe colocarse en un accesorio, que puede ser un portalámparas o un aparato complejo con lentes y reflectores que reflejen o dirijan la luz. Con la nueva tecnología LED, ofrece distintos tipos de colores y sobre todo de luminarias que se pueden adaptar a cualquier tipo de proyecto, además que son dispositivos de bajo consumo de energía, teniendo una perspectiva amigable con el medio ambiente.

- Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: Secretaría de Turismo del Estado de Morelos, Secretaría de Obras Públicas, el Municipio de Cuernavaca, el Instituto Nacional de Antropología e Historia Delegación Morelos y la iniciativa privada.

- Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$40,000,000.00. El recurso requerido provendrá de la Secretaría de Turismo Federal, de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos y del Municipio de Cuernavaca.

5. Ecobici y ciclovías verdes.

- Descripción del Proyecto.

El proyecto contempla la construcción de ciclovías, trota vías y vialidades de baja velocidad sobre las principales arterias de Cuernavaca, así como en puentes peatonales para su cruce, además de gimnasios al aire libre, canchas de fut bol rápido, palapas y asadores, corredores botánicos, reforestación de áreas verdes, explanada de conciertos y bibliotecas, estratégicamente ubicadas en el destino turístico.

- Localización.

(Destinos definidos en las Agendas)

Detallar la ubicación y describir la forma, accesos y facilidades para llegar. Es recomendable incorporar documentación gráfica (mapa) o cartográfica.

- Productos.

Este proyecto tiene como propósito impulsar el turismo social y las necesidades y requerimientos de movilidad pública y turística en el Centro Histórico de Cuernavaca.

- Mercado.

El proyecto está dirigido al público en general, y de manera específica, al turismo local, nacional e internacional.

- Factibilidad de producción competitiva.

Actualmente el Centro Histórico cuenta con un número aproximado de 2,000 comercios, de los cuales estos son: establecidos, semifijos y ambulantes. El Centro Histórico cuenta con hoteles, restaurantes, museos, centros culturales, arquitectura civil y religiosa, touroperadores de servicios turísticos.

- Problemas a resolver.

Cuernavaca es una ciudad con un Centro Histórico congestionado que no se diseñó para ser eje de una ciudad motorizada y densa en la que se ha convertido la capital del Estado. Esta congestión que ha sido consecuencia del crecimiento experimentado, ha puesto de manifiesto la escasez de suelo para la creación de espacios públicos y la dificultad de ordenación de todas las actividades que en ella tienen lugar: transporte, comercio, circulación, etc.

Una consecuencia directa de esta congestión, son los graves problemas de tráfico vehicular a los que se enfrenta la ciudad y especialmente la zona del Centro Histórico que se caracteriza por la masificación y congestión existente en sus calles y avenidas, al circular gran cantidad de vehículos que generan importantes problemas de ruidos así como de estacionamiento tanto en la vía pública como en los estacionamientos privados. Asimismo, la distribución de flujos no resulta adecuada y, ante tal proliferación de vehículos, resultan insuficientes las medidas implementadas en materia de ordenación vial. Otro de los focos que suponen un aporte importante de tráfico son las antiguas carreteras entre la Ciudad de México y el sur del país, especialmente la ruta hacia Acapulco que cruza la ciudad de norte a sur por la actual avenida Morelos y sigue siendo un recorrido básico para el tráfico ciudadano y de paso. Aunque el libramiento de la autopista ha supuesto un alivio para el tráfico de paso, no ha eliminado las servidumbres de circulación lineal de dos áreas importantes de la ciudad al norte y al sur y, de éstas con el centro administrativo y de servicios.

La construcción de ciclo vías, trota pistas y vialidades de baja velocidad, promovería a Cuernavaca internacionalmente, pues demostraría ser una sociedad preocupada por el medio ambiente, lo cual no puede pasar desapercibida. Claro ejemplo el de la Ciudad de México que el gobierno de Dinamarca le ha otorgado este año un premio de Ciclo Ciudades por ser la ciudad que más ha ampliado sus ciclovías y ser una de las ciudades más amigables. Igualmente con esta estrategia recuperarán importantes zonas marginadas y deterioradas, a través de un eficaz ordenamiento urbano, revitalizando el uso de las calles y áreas perdidas que atraviesan la Ciclo vía. Los beneficios son amplios e integrales pues además abonan a la imagen urbana y a la obtención de mejores espacios públicos por su diseño, servicio y seguridad, mediante la utilización de equipamiento y señalización adecuados.

- Acciones a realizar.

Se propone la construcción de ciclo vías, trota pistas y vialidades de baja velocidad, en el polígono y perímetro del Centro Histórico.

- Metas o Impacto.

Los nuevos sistemas de transporte en las ciudades relacionados con la movilidad urbana, requieren de nuevas opciones de desplazamientos, es por ello que con la próxima apertura de la ciclo vía verde que viene desde la ciudad de México, sumado a diversos proyectos aislados dentro de la ciudad de Cuernavaca, como es el caso de *Mochila Rodante* que promueven alumnos de la Universidad Autónoma del

Estado de Morelos, que tienen que ver con el uso de la bicicleta, se plantea la propuesta de generar los circuitos y ciclo vías necesarias en la ciudad de Cuernavaca con el objetivo de desarrollar un plan integral de uso efectivo de la bicicleta.

Enriqueciendo los proyectos de movilidad urbana en Cuernavaca como la “vía verde” que parte desde la Ciudad de México y, es un proyecto urbano, ecológico y de rescate social muy complejo y ambicioso que trasciende los temas del desarrollo urbano y la sustentabilidad por ser considerado como un urbanismo aplicado a la realidad, utilizando el área libre existente, se plantea la Ciclo Vía, el cual da una opción más al tema de la movilidad urbana. No solo ayuda a la sociedad a combatir el sobre peso y problemas de salud, o a propiciar la convivencia familiar y estrechar los lazos sociales, sino también amplía el abanico de opciones de actividades turísticas, haciendo más atractiva la ciudad para los visitantes, amén de eventos nacionales e internacionales relacionados con el ciclismo.

- Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: Secretaría de Turismo del Estado de Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca.

- Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$30,000,000.00 en una primera etapa. El recurso requerido provendrá de la Secretaría de Turismo Federal, de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos y del Municipio de Cuernavaca.

6. Museo del ferrocarril y centro cultural en la antigua estación de Cuernavaca.

- Descripción del Proyecto.

El proyecto contempla la rehabilitación y mejoramiento de la Antigua Estación del Tren de Cuernavaca.

- Localización.

(Destinos definidos en las Agendas)

Detallar la ubicación y describir la forma, accesos y facilidades para llegar. Es recomendable incorporar documentación gráfica (mapa) o cartográfica.

- Productos.

El proyecto está orientado a impulsar y fomentar el turismo cultural.

- Mercado.

El proyecto está dirigido a satisfacer las necesidades y requerimientos del turista local, nacional e internacional, en materia de recreación y esparcimiento cultural y académico. La identificación de los mercados de origen señala que más del 80% de los turistas que visitaron Cuernavaca son originarios del Distrito Federal y del Estado de México. Guerrero y Puebla representaron 5% y 4% respectivamente, solo en un 3% son turistas extranjeros.

- Factibilidad de producción competitiva.

Actualmente el Gobierno del Estado de Morelos tiene a su cargo la custodia de las antiguas vías del Tren de la entidad, así como las estaciones.

- Problemas a resolver.

La llegada del ferrocarril a la ciudad Cuernavaca en 1897, generó una época de gran desarrollo económico, tecnológico e industrial, no sólo en la ciudad de Cuernavaca, sino en la región centro del país, dando como resultado la transformación en la estructura social, productiva y urbana del territorio estatal y nacional. Como testigo de este gran auge se erige la Estación de Ferrocarril de Cuernavaca, perteneciente a un grupo de edificios y obras civiles realizadas en el centro de la ciudad, promovidas desde las políticas públicas del periodo del Porfiriato.

Su abandono, subutilización, invasión y destrucción parcial se debe a que dichas tecnologías pasaron a ser obsoletas dentro de los marcos de producción de los gobiernos del siglo XX. Generando la pérdida del patrimonio cultural del Estado de Morelos y México. Siendo el patrimonio ferrocarrilero una categoría recientemente reconocida y estudiada, donde la valorización de la época industrial de principios del siglo XIX y principios del XX forma parte de un universo rezagado de los análisis teóricos y de las legislaciones vigentes en materia de protección de patrimonio cultural. Los significados históricos y sociales, tanto del patrimonio industrial como del patrimonio ferrocarrilero, son primordiales para entender las ciudades del México que hoy vivimos.

La mejor forma de detener su destrucción y deterioro es revitalizando el edificio y su entorno. Para eso proponemos incorporarla al Sistema Nacional de Estaciones de Ferrocarriles que han sido recuperadas, tales son los ejemplos de las estaciones de Cuautla, Iguala, Mérida, Chapala, Tulancingo y otras más en el país.

- Acciones a realizar.

Las acciones a realizar en la Antigua Estación del Tren de Cuernavaca para su integración y revitalización son:

- Restauración del edificio
- Creación del Museo del ferrocarril
- Centro cultural y Artístico
- Cafetería en los vagones
- Conexión con ciclo vía verde
- Área de exposición temporal
- Áreas verdes, recreación y esparcimiento
- Imagen urbana del contexto

- Metas e impacto.

Con lo anterior se podrá contar con un inmueble con nuevo uso dentro del ámbito del turismo, incorporando espacios culturales, de servicios turísticos y de exposición con el objetivo de detonar el desarrollo de la zona y lo más importante recuperar el edificio el cual se encuentra en el imaginario colectivo de los cuernavacenses.

Este proyecto es uno de los más sensibles debido a los diversos actos de vandalismo que ha vivido este edificio, lo anterior emanado del diagnóstico del destino turístico de Cuernavaca.

- Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: Secretaría de Turismo del Estado de Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca.

- Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$40 millones de pesos. El recurso requerido provendrá tanto de la Secretaría de Turismo Federal como de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos.

7. Centro de estudios e investigación sobre la Revolución Mexicana

- Descripción del Proyecto.

El proyecto contempla la adquisición, remodelación, rehabilitación y restauración del antiguo Hotel Moctezuma.

- Localización.

(Destinos definidos en las Agendas)

Detallar la ubicación y describir la forma, accesos y facilidades para llegar. Es recomendable incorporar documentación gráfica (mapa) o cartográfica.

- Productos.

El proyecto está orientado a impulsar y fomentar el turismo cultural. La mayor parte de los recursos histórico-monumentales se concentran en el Centro Histórico de la ciudad, encontrándose muy próximos entre sí y siendo muy fácil desplazarse de unos a otros. El Centro Histórico de Cuernavaca ofrece diversas opciones para los visitantes de la mayoría de los segmentos de mercado. Esto implica una ventaja sobre otros destinos turísticos, sin embargo, esta oferta no se encuentra integrada, en muchos casos le falta inversión en infraestructura, servicios turísticos relacionados, promoción, comercialización, entre otros factores.

Al dotar de infraestructura y equipamiento de apoyo al turismo del Centro Histórico de Cuernavaca permitirá poner en valor los atractivos, servicios y actividades, en coordinación con las autoridades estatales, municipales y prestadores de servicios turísticos.

- Mercado.

El proyecto está dirigido a satisfacer las necesidades y requerimientos del turista local, nacional e internacional, en materia de recreación y esparcimiento cultural. La identificación de los mercados de origen señala que más del 80% de los turistas que visitaron Cuernavaca son originarios del Distrito Federal y del Estado de México. Guerrero y Puebla representaron 5% y 4% respectivamente, solo en un 3% son turistas extranjeros.

- Factibilidad de producción competitiva.

Actualmente el Centro Histórico cuenta con un número aproximado de 2,000 comercios, de los cuales estos son: establecidos, semifijos y ambulantes. El Centro Histórico cuenta con hoteles, restaurantes, museos, centros culturales, arquitectura civil y religiosa, touroperadores de servicios turísticos.

- Problemas a resolver.

Como parte del diagnóstico realizado al destino turístico de Cuernavaca, se encontraron diversas deficiencias en cuanto a infraestructura relacionada con el turismo académico, siendo el estado de Morelos una de las entidades del país con mayor número de investigadores, se propone dentro de los proyectos de inversión, la adquisición, remodelación, rehabilitación y restauración del antiguo Hotel Moctezuma, construido en 1903 y que fuera cuartel general en la ciudad de Cuernavaca del Gral. Emiliano Zapata Salazar, ubicado en el corazón de Cuernavaca.

Este inmueble histórico catalogado por el INAH es un ícono de la arquitectura de barro, muestra espacios de identidad propios de la arquitectura regional de Cuernavaca, como los miradores, los materiales de la región (barro, madera) además de ser el escenario en el cual fueron tomadas las mejores fotografías al Gral. Emiliano Zapata Salazar, durante la lucha revolucionaria.

De este proyecto se cuenta ya con un avance significativo que integra planos arquitectónicos, levantamiento de daños, propuesta de espacios y animación digital.

- Acciones a realizar.

La adquisición, remodelación, rehabilitación y restauración del antiguo Hotel Moctezuma.

- Metas e impacto.

Este proyecto deriva de la propia esencia que tiene el estado de Morelos en cuanto a sucesos históricos, documentos, testimoniales, fotografías, objetos, postales, cartas, armas entre otros, propios de la Revolución Mexicana, lo cual permite también integrar a la ciudad de Cuernavaca dentro de la Ruta Zapata, producto turístico que se encuentra en consolidación y que lograría integrar a Cuernavaca, junto con Cuautla, Chinameca, Tlaltizapán y Anenecuilco, en este recorrido histórico-cultural.

- Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: Secretaría de Turismo del Estado de Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca.

- Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$100 millones de pesos. El recurso requerido provendrá tanto de la Secretaría de Turismo Federal como de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos.

8. Parques Ecoturísticos en las Barrancas de Cuernavaca.

- Descripción del Proyecto.

El proyecto contempla en su primera etapa, la construcción de un Parque Ecoturístico en las Barrancas de Cuernavaca, a través de la instalación de parques aéreos de aventura (juegos aéreos - arborismo), centros de interpretación y senderos interpretativos, de manera específica, en la Barranca La Tilapeña.

- Localización.

(Destinos definidos en las Agendas)

Detallar la ubicación y describir la forma, accesos y facilidades para llegar. Es recomendable incorporar documentación gráfica (mapa) o cartográfica.

- Productos.

El proyecto está orientado a impulsar y fomentar el turismo de naturaleza, en todas sus modalidades tales como ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural y turismo comunitario.

- Mercado.

El proyecto está dirigido a satisfacer las necesidades y requerimientos del turista local, nacional e internacional, en materia de turismo de naturaleza.

- Factibilidad de producción competitiva.

El interés turístico por visitar Áreas Naturales Protegidas en México se ha incrementado de manera importante en la última década, recalando a su vez el interés por practicar alguna de las actividades turísticas que engloba el Turismo de Naturaleza, modalidad que representa alrededor del 5% del turismo a nivel nacional, pero que crece con un mayor dinamismo y que procura la conservación del patrimonio natural aún sin contar con planeación y desarrollo de producto suficiente. No obstante a lo anterior, se requiere de un esfuerzo a los tres niveles de gobierno para instrumentar el verdadero turismo de naturaleza y para cumplir con todos los criterios en los lugares apropiados, lo cual conlleva grandes desafíos al aplicarlos en situaciones prácticas en el campo. Las políticas turísticas y los convenios marco que a nivel federal y estatal se han empezado a instrumentar están reclamando de programas a corto y mediano plazo para dar continuidad de acciones y sean marco de coordinación interinstitucional.

Otros recursos naturales de interés en Cuernavaca son las barrancas, las cuales se enuncian a continuación:

1. Barranca de los Sabinos.
2. - Barranca del Empleado.
3. -Barranca de Amanalco.
4. -Barranca del Chiflón de los Caldos.
5. -Barranca Ojo de Agua.
6. -Barranca Zompantle.
7. -Barranca de Atzingo.
8. -Barranca de Apatlaco.
9. -Barranca de los Pitos.
10. -Barranca Pajaritos.
11. -Barranca el Literero.
12. -Barranca el Cerrado.
13. -Barranca Pilcaya.
14. -Barranca el Cerrito.
15. -Barranca Tilapeña.
16. -Barranca Mejía.
17. -Barranca Alpuche.
18. -Barranca del Tecolote.
19. -Barranca Seca.
20. -Barranca San Antón.

- Problemas a resolver.

Actualmente las barrancas requieren importantes labores de recuperación y acondicionamiento ya que se observa presencia de basura y vegetación en mal estado de conservación. Por otro lado, es necesario acometer mejoras como la instalación de señalización posicional, direccional e interpretativa de la flora y paisaje que se observa durante el recorrido. Se ha constado la necesidad de proceder a la ordenación del comercio informal existente en los alrededores, así como la necesidad de incrementar la presencia de mobiliario urbano (bancas, botes de basura) adaptado al entorno natural en que se encuentra.

El proyecto tiene como propósito proteger, conservar y preservar las barrancas de Cuernavaca, a través de programas, proyectos y acciones en materia de turismo de naturaleza, a través de sus modalidades tales como ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural y turismo comunitario, beneficiando directamente a las comunidades ejidales y comuneros, a través de proyectos de turismo comunitario de bajo impacto ambiental.

- Acciones a realizar.

El proyecto contempla acciones tales como:

- a) Construcción de parques ecoturísticos
- b) Centros de interpretación
- c) Instalación de circuitos de canopy – tirolesas
- d) Senderos interpretativos.

- Metas e impacto.

El proyecto tiene como propósito proteger, conservación y preservar las barrancas de Cuernavaca.

- Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: Secretaría de Turismo Federal, Secretaría de Turismo del Estado de Morelos, Secretaría de Obras Públicas, CONANP, SEMARNAT, el Municipio de Cuernavaca, operadas por grupos organizados de comunidades ejidales y comuneros.

- Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$15 millones de pesos. El recurso requerido provendrá tanto de la Secretaría de Turismo Federal como de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos.

9. Fortalecimiento del Programa de Policía Turística Municipal

- Descripción del Proyecto.

El proyecto contempla la adquisición de equipamiento de apoyo y capacitación especializada para la policía turística municipal de Cuernavaca.

- Localización.

Centro Histórico de Cuernavaca.

- Productos.

Este proyecto contempla procurar y atender en materia de seguridad pública y turística, al público en general y a los turistas locales, nacionales y extranjeros, así como a la atención en materia de seguridad patrimonial de los establecimientos turísticos que ofrece el Municipio.

- Mercado.

El público en general, turistas locales, nacionales e internacionales.

- Factibilidad de producción competitiva.

Derivado de la situación general del Ayuntamiento, los recursos que se autorizan a la seguridad ciudadana son insuficientes y si bien se cuenta con parque vehicular e instalaciones propias, hay que reconocer que en ambos casos se encuentran lejos de estar en las mejores condiciones y que ambas son insuficientes para la demanda en servicios y al no estar en estado óptimo, ponen en riesgo tanto la labor efectiva de atención como en algunos casos al personal operativo.

- Problemas a resolver.

Derivado de la problemática general de seguridad se ha recibido una afectación grave y directa al turismo, al considerarse como una actividad prioritaria de desarrollo en el Municipio, será importante la búsqueda de soluciones y atención directa a las necesidades de este sector, por lo tanto se trabajará en el desarrollo del cuerpo de Policía Turística, que además de contar con las características propias de los elementos de Policía Preventiva, contarán también con conocimientos adicionales que faciliten la atención, seguridad y salvaguarda de los prestadores, comerciantes y demás participantes de las actividades turísticas, habitantes y visitantes de Cuernavaca.

Es también importante considerar que las instancias responsables de la seguridad y procuración de justicia padecen, en muchos casos, un rezago estructural, operativo y económico, circunstancia que ha buscado aprovechar la delincuencia para infiltrar y corromper, en algunos casos con éxito a elementos de estos cuerpos de seguridad.

La solución a la problemática arriba referida es la creación, operación y mantenimiento de una policía turística municipal.

- Acciones a realizar.

El proyecto contempla la adquisición de patrullas, radios, uniformes, esposas, segways y la capacitación especializada en materia turística y bilingüe.

- Metas e impacto.

El proyecto contempla en su primera etapa, la adquisición de patrullas, radios, uniformes, esposas, segways y la capacitación especializada en materia turística y bilingüe.

- Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: Secretaría de Turismo Federal, Secretaría de Turismo del Estado de Morelos, Secretaría de Seguridad Pública y el Municipio de Cuernavaca.

- Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$25 millones de pesos. El recurso requerido provendrá tanto de la Secretaría de Turismo Federal como de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos.

Proyecto	Descripción	Localización	Producto	Mercado	Factibilidad	Problemas a resolver	Acciones a realizar	Metas	Agentes involucrados
Rehabilitación y mejoramiento del Centro Histórico de Cuernavaca (en seis etapas)	Mejoramiento y rescate de la imagen urbana y equipamiento turístico en sitios e inmuebles del centro histórico de Cuernavaca	Centro Histórico de Cuernavaca	Turismo Cultural	Local, nacional e internacional	Más de 2 mil comercios	Rehabilitación y mejoramiento de la imagen urbana del Centro Histórico de Cuernavaca por etapas	Ejecución de obras de rehabilitación y mejoramiento de la imagen urbana, señalización, nomenclatura, cableado subterráneo, iluminación escénica. Áreas Verdes, Módulos de información turística	Rehabilitación de la Imagen Urbana del Centro Histórico en 6 etapas. Beneficio directo a más de 2 mil comercios	Sectur Federal, Sectur Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca
Centro Cultural y de Convenciones Teopanzolco	Construcción de un Centro Cultural y de Convenciones en Teopanzolco.	Centro Cultural Teopanzolco	Turismo de Negocios y Reuniones	Local, nacional e internacional	412 empresas relacionadas con el turismo	Aumento de afluencia de visitantes, incrementar la derrama económica y generación de empleos directos e indirectos.	Construcción del Centro Cultural y de Convenciones de Teopanzolco	Beneficio directo a 412 a través del efecto multiplicador del turismo de congresos y convenciones	Sectur Federal, Sectur Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca y la iniciativa privada
Señalización Turística Innovadora del Destino de Cuernavaca	Suministro y colocación de tableros de señalización vial turística	Todo el municipio de Cuernavaca	Turismo Carretero y el público en general	Turismo local, nacional e internacional	412 empresas relacionadas con el turismo	La escasa señalización turística	Suministro y colocación de señalización turística en los principales nodos turísticos de Cuernavaca	Suministro e instalación de 900 tableros de señalización turística	Sectur Federal, Sectur Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca y la iniciativa privada

Proyecto	Descripción	Localización	Producto	Mercado	Factibilidad	Problemas a resolver	Acciones a realizar	Metas	Agentes involucradas
Iluminación Artística, Cultural y Turística de Bienes Inmuebles.	Iluminación artística, turística y cultural de sitios emblemáticos de arquitectura civil y religiosa del Centro Histórico de Cuernavaca.	Centro Histórico de Cuernavaca	Turismo Cultural	Turismo local, nacional e internacional	412 empresas relacionadas con el turismo	La puesta en valor turístico, artístico y cultural de bienes inmuebles de arquitectura civil y religiosa de Cuernavaca	Iluminación artística y turística del Palacio de Cortés, Palacio de Gobierno y el Convento de Cuernavaca	Proyecto de iluminación de 3 sitios emblemáticos	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas, INAH y el Municipio de Cuernavaca
Ecobici y ciclovías verdes.	Construcción de ciclovías, trota vías y vialidades de baja velocidad sobre las principales arterias de Cuernavaca	Centro Histórico de Cuernavaca	Turismo Social	Turismo local, nacional e internacional	Más de 2 mil comercios	Mejorar la imagen urbana y mejores espacios públicos.	Ciclovías, trota pistas y vialidades de baja velocidad	Uso de la bicicleta como opción turística	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca
Museo del ferrocarril y centro cultural en la antigua estación de Cuernavaca.	Rehabilitación y mejoramiento de la Antigua Estación del Tren de Cuernavaca		Turismo Cultural	Turismo local, nacional e internacional	412 empresas relacionadas con el turismo	Revitalización del edificio y su entorno. Puesta en valor turístico y académico.	Restauración, museo de sitio, exposición e imagen urbana	Inmueble nuevo en el ámbito turístico	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca
Centro de estudios e investigación sobre la Revolución Mexicana	Adquisición, remodelación, rehabilitación y restauración del antiguo Hotel Moctezuma	Centro Histórico	Turismo Cultural	Turismo local, nacional e internacional	Más de 2 mil comercios	Rescate de un inmueble histórico ícono de la arquitectura de barro	Adquisición, remodelación, rehabilitación y restauración del Antiguo Hotel Moctezuma	Inmueble nuevo en el ámbito turístico	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca
Parques Ecoturístico en las Barrancas de Cuernavaca.	Construcción de un parque Ecoturístico en las barrancas de Cuernavaca	Barranca la Tilapeña	Turismo de Naturaleza	Turismo local, nacional e internacional	412 empresas relacionadas con el turismo	Protección, Preservación y conservación de las barrancas de Cuernavaca	Construcción de un parque Ecoturístico, centros de interpretación, tirolesas y parque aéreo	Proteger, preservar y conservar las barrancas de Cuernavaca	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Obras Públicas, CONANP, SEMARNAT y el Municipio de Cuernavaca
Policía Turística Municipal	Adquisición de equipamiento de apoyo y capacitación de la policía turística municipal	Centro Histórico de Cuernavaca	Todo tipo de producto	Turismo local, nacional e internacional	412 empresas relacionadas con el turismo	Seguridad turística	Adquisición de patrullas, radios, uniformes, esposas, segways, capacitación especializada	Seguridad turística	Sector Federal, Sector Morelos, Secretaría de Seguridad Pública y el Municipio de Cuernavaca

1.- Rehabilitación y mejoramiento de la imagen urbana del Centro Histórico de Cuernavaca, sus pueblos y barrios tradicionales.

Descripción del Proyecto.

Desde el año de 1994, de acuerdo con el diagnóstico turístico de la ciudad de Cuernavaca y que tiene que ver con el mejoramiento de la imagen urbana, se han realizado diversas etapas de revitalización del centro histórico, que incluyen remozamiento de fachadas, cableado subterráneo, mejoramiento de la red hidráulica, ampliación y mejoramiento de drenaje y alcantarillado, aplicación de pintura, sustitución y mejoramiento de pavimentos, colocación de material pétreo en banquetas, señalización, iluminación artística en algunos monumentos y edificios históricos, reordenamiento del comercio semi fijo, colocación de mobiliario urbano, recuperación de la tipología, normatividad, entre otros aspectos.

Sin embargo durante todos estos años, solamente se ha avanzado en seis o siete calles y algunos edificios históricos emblemáticos.

Es por ello que derivado de este diagnóstico se pretende avanzar con las etapas de revitalización y mejoramiento de la imagen urbana del centro histórico de Cuernavaca con el objetivo de lograr atraer a un mayor número de visitantes y que tengan la posibilidad de recorrer otros sectores del centro histórico que hoy en día no se conocen.

El proyecto contempla acciones de mejoramiento y rescate de la imagen urbana y equipamiento turístico en sitios e inmuebles del centro histórico de Cuernavaca, de manera específica, la rehabilitación de la imagen urbana de las calles de **Matamoros, Galeana, No reelección, Degollado, Leandro Valle, Guerrero, Morelos, Lerdo de Tejada y Morrow**, entre otras y que entre sus calles guardan bellas casonas de arquitectura vernácula y civil que vale la pena resaltar, además de visitar los corredores comerciales del Centro Histórico.

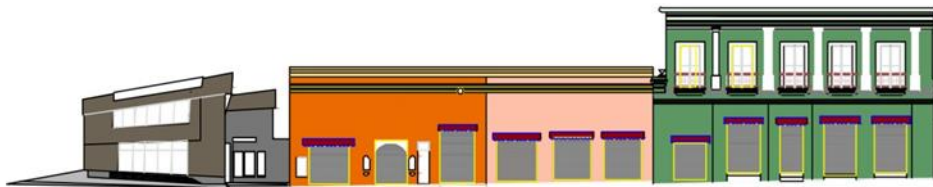


imagen urbana calle Matamoros, Centro Histórico de Cuernavaca

parte de los recursos histórico-monumentales se concentran en el Centro Histórico de la ciudad, en sus pueblos y barrios, encontrándose muy próximos entre sí y siendo muy fácil desplazarse de unos a otros. El Centro Histórico de Cuernavaca ofrece diversas opciones para los visitantes de la mayoría de los segmentos de mercado. Esto implica una ventaja sobre otros destinos turísticos, sin embargo, esta oferta no se encuentra integrada, en muchos casos le falta inversión en infraestructura, servicios turísticos relacionados, promoción, comercialización, entre otros factores.

Al dotar de infraestructura y equipamiento de apoyo al turismo del Centro Histórico de Cuernavaca permitirá poner en valor los atractivos, servicios y actividades, en coordinación con las autoridades estatales, municipales y prestadores de servicios turísticos.

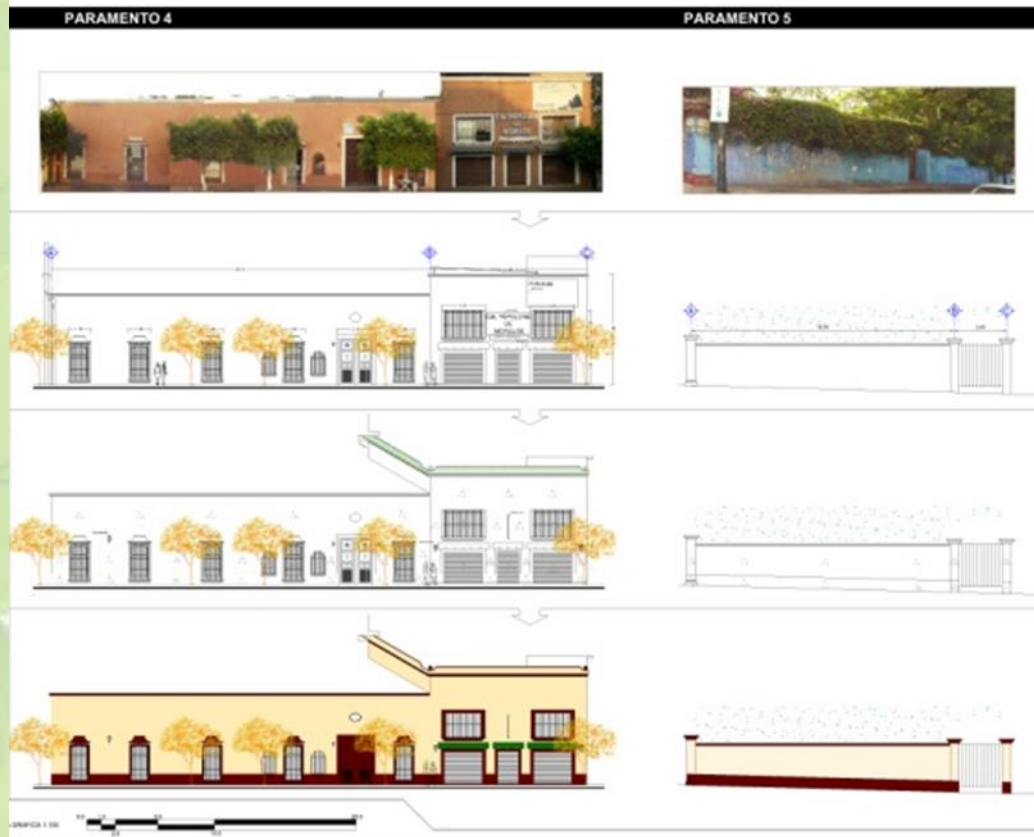


Mercado.

El proyecto está dirigido a satisfacer las necesidades y requerimientos del turista local, nacional e internacional, en materia de recreación y esparcimiento. La identificación de los mercados de origen señala que más del 80% de los turistas que visitaron Cuernavaca son originarios del Distrito Federal y del Estado de México. Guerrero y Puebla representaron 5% y 4% respectivamente, solo en un 3% son turistas extranjeros.

Factibilidad de producción competitiva.

Actualmente el Centro Histórico cuenta con un número aproximado de 2,000 comercios, de los cuales estos son: establecidos, semifijos y ambulantes. El Centro Histórico cuenta con hoteles, restaurantes, museos, centros culturales, arquitectura civil y religiosa, touroperadores de servicios turísticos.



Proyecto de mejoramiento de imagen urbana, calles Leandro Valle y No Reección en el centro histórico de Cuernavaca.

Imagen Sector Morelos, 2013.

Problemas a resolver.

El rescate de la imagen urbana es una actividad fundamental para atraer el turismo, en este rubro se plantea otras actividades- la adecuación de los

anuncios comerciales, la iluminación apropiada de sus monumentos históricos; el ordenamiento de sus plazas y sitios de tradición, colocar placas indicativas en coordinación con el INAH. El Centro Histórico de Cuernavaca en su estado actual representa un atractivo turístico de poco valor, ya que con el deterioro paulatino de sus áreas, servicios y actividades turísticas han dejado de venir operadores turísticos con una cantidad importante de turistas, ya que no se brindan los servicios y actividades adecuadamente.

Así como la imagen urbana actual, que es el marco visual del visitante es de desagrado, por el mal estado de la imagen urbana del centro, la alta contaminación visual generada el tráfico vehicular, postes anuncios, toldos, artículos colgados en vanos, pavimentos en mal estado al igual que las banquetas pequeñas y disfuncionales, y principalmente los accesos que se encuentran en mal estado.

El proyecto tiene como propósito resolver la rehabilitación y mejoramiento de su imagen urbana de las principales calles del polígono y perímetro del Centro Histórico; al mejorar la infraestructura y equipamiento turístico centro, mejoraremos la calidad de vida de los habitantes así como se ofrecerán mejores productos y servicios al visitante (turistas) provocando con ello derrama económica y pernocta, lo que se traducirá en ocupación hotelera, consumo de alimentos y bebidas, utilización de medios de transporte entre otros.

Acciones a realizar.

El proyecto contempla acciones de rehabilitación y mejoramiento de la imagen urbana de diversas las calles del centro histórico de Cuernavaca, sus pueblos y barrios tradicionales, entre otras y que entre sus sinuosas calles guardan bellos ejemplos de arquitectura vernácula, religiosa y civil, a través de la ejecución de las obras que a continuación se enuncian:

1. Obras de rehabilitación de la infraestructura.
2. Ocultamiento de cables.
3. Acabados pétreos en banquetas y concreto estampado en arroyos.
4. Accesos y elementos para personas con capacidades diferentes.

5. Remozamiento de fachadas.
6. Renovación del mobiliario urbano.
7. Señalización adecuada en cruces peatonales y nomenclatura de calles.
8. Iluminación escénica.
9. Áreas Verdes
10. Restricción de estacionamiento en la vía pública para un mejor flujo vehicular, como control vehicular del servicio público.
11. Placas de identificación de inmuebles con el INAH.

PARAMENTO 9



Metas o Impacto.

El proyecto tiene como meta rehabilitar y mejorar la imagen urbana de las principales calles y cableado subterráneo del polígono del Centro Histórico de Cuernavaca, en seis etapas.

El proyecto beneficiará económicamente a más de 2,000 prestadores de

servicios y comerciantes establecidos actualmente en la zona, aumentando la rentabilidad de sus negocios.

Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: Secretaría de Turismo Federal, Secretaría de Turismo del Estado de Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca.

Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$400 millones de pesos en seis etapas. El recurso requerido provendrá tanto de la Secretaría de Turismo Federal como de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos.



Imágenes tomadas de internet, para un centro histórico de Cuernavaca incluyente

2.- Centro Cultural y de Convenciones Teopanzolco

Descripción del Proyecto.

Derivado del diagnóstico a la ciudad de Cuernavaca en materia turística y como uno de los objetivos es detonar el turismo de reuniones, turismo académico y el ámbito cultural, se pretende convertir el auditorio Teopanzolco, construido en 1983 como centro de Convenciones y Centro Cultural, con el fin de dar cabida a eventos, congresos, coloquios, conferencias, seminarios de carácter nacional e internacional, además de contar con áreas de talleres, locales, galerías, librería y cafetería.

Actualmente el estado de Morelos cuenta con un centro de convenciones llamado *World Trade Center*, ubicado en unos de los municipios de la zona metropolitana de Cuernavaca, en Xochitepec, sin embargo éste se encuentra prácticamente a las afueras de la ciudad y alejado de servicios de hospedaje, alimentación, servicios y esparcimiento, es por ello que al crear este nuevo centro cultural y de convenciones, no competiría con el *WTC*, sino que complementaría la oferta turística del estado.

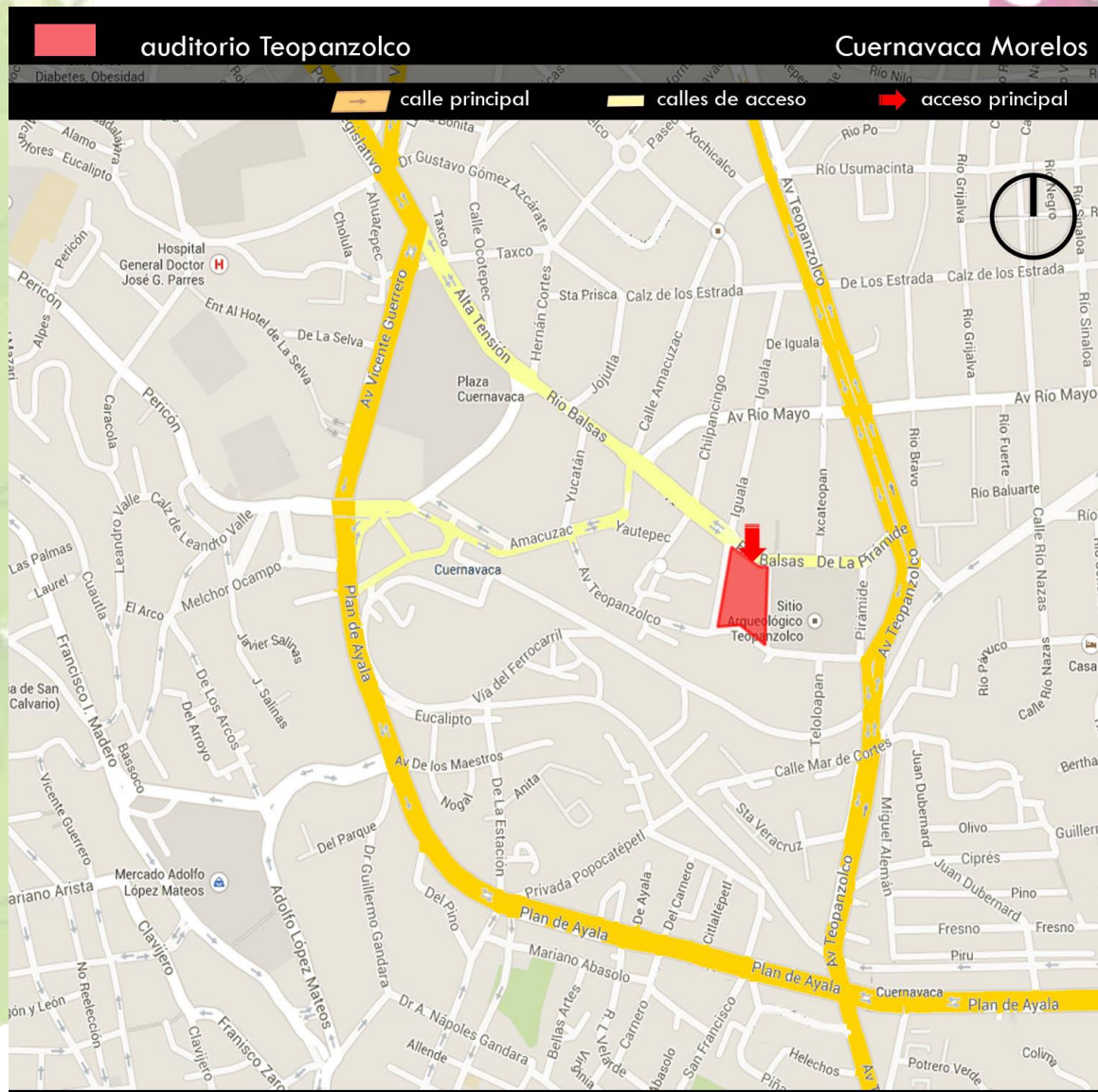
El auditorio Teopanzolco actualmente es solo un espacio semi cubierto de 8,791 m2 en el cual se llevan a cabo conciertos, obras de teatro, eventos deportivos de box y lucha libre, mítines políticos, celebraciones y fiestas, ferias comerciales, comidas, cenas y diversos eventos, sin embargo por sus propias características no es posible llevar a cabo otro tipo de eventos que sin duda pudieran atraer un segmento especial de turismo, el turismo de reuniones o el turismo académico.

El proyecto contempla la construcción de un Centro Cultural y de Convenciones en Teopanzolco.



Localización.

El área del centro cultural y de convenciones Teopanzolco, es la que actualmente ocupa el auditorio Teopanzolco, y que se ubica en las calles de Río Balsas e Iguala en la colonia Vista Hermosa de Cuernavaca, a un costado de la zona arqueológica de Teopanzolco.



Productos.

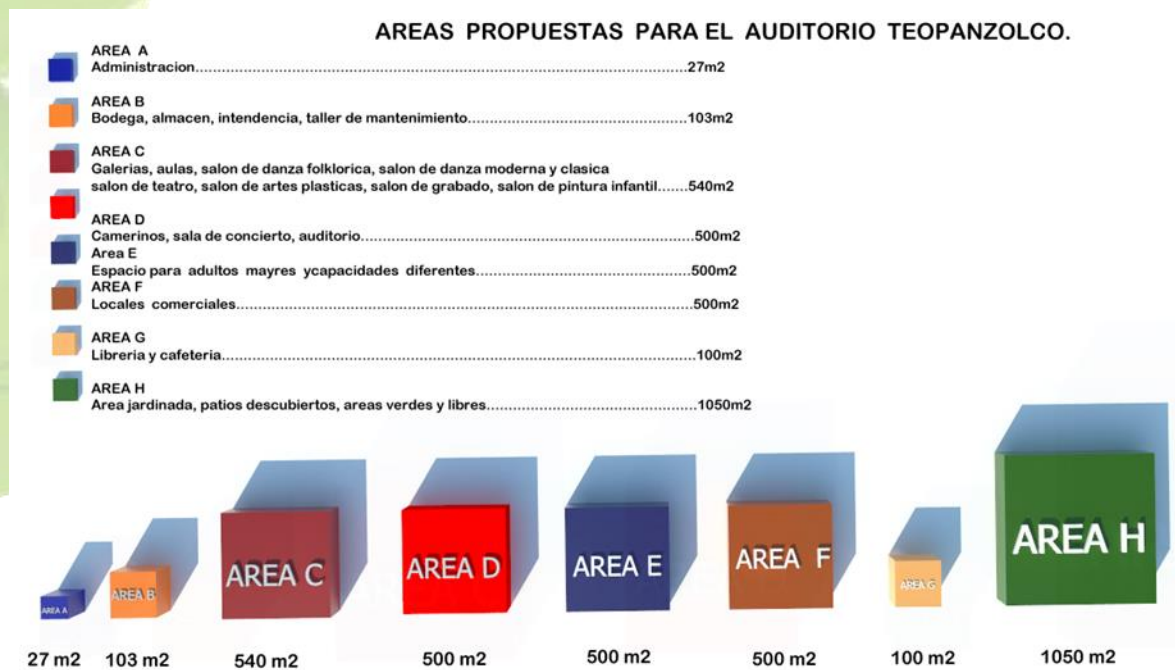
El proyecto está orientado a impulsar y fomentar el turismo de negocios y reuniones, además de incrementar la oferta cultural de la ciudad.

Mercado.

Según el perfil del visitante a Morelos, ubica al turismo de negocios o reuniones (incluye las variantes de congresos y convenciones tales como Congresos, Convenciones, Ferias y Exposiciones y Viajes de incentivo) en el tercer motivo para acudir a Morelos (16%), sólo lo superan visitas a familiares y amigos (29%) y descanso, placer y diversión (29%).

El turismo de negocios o reuniones genera una derrama cercana a los 2 mil 400 millones de pesos (23% de la derrama total). Además, este segmento regula la estacionalidad de la demanda, mejora la ocupación en temporadas bajas y contribuye a elevar el gasto promedio por persona.

Aunado a lo anterior se suma la oferta que tendrá este lugar al ofrecer al visitante un nuevo producto turístico del ámbito cultural dentro del corredor comercial de la Av. Teopanzolco.



Factibilidad de producción competitiva.

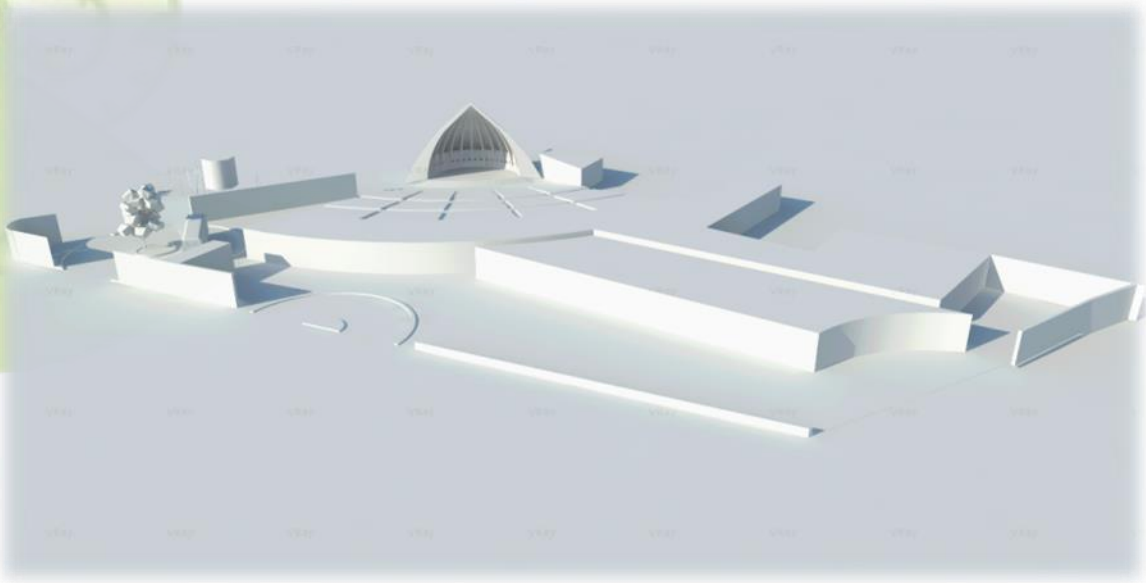
Cuernavaca ofrece solamente 20 hoteles que cuentan con salones para eventos. Buscan diversificar su oferta de servicios y aumentar sus ingresos mediante nuevos nichos de producto como turismo de negocios, eventos y convenciones, bodas, entre otros, por lo que la construcción de un centro de convenciones permitirá generar un efecto multiplicador, en beneficio de los prestadores de servicios turísticos de Cuernavaca.

Problemas a resolver.

El Centro de Convenciones ubicado en el municipio de Xochitepec, será un polo de desarrollo de éste segmento de mercado a mediano y largo plazo. En el diagnóstico se recabaron distintas opiniones sobre su ubicación, factibilidad de desarrollo en el tiempo, ventajas-desventajas, entre otros elementos.

No obstante, a lo anterior, las principales desventajas radican en su lejanía de la ciudad de Cuernavaca, lo cual aumenta los costos de realizar una convención en el recinto, debido a la complicada logística y al reducido número de habitaciones cercanas a éste. Además, se requiere de vías alternas para acceder rápidamente a éste debido a los problemas de tráfico en la Autopista del Sol.

El proyecto tiene como propósito resolver las desventajas arriba referidas, ya que permitirá aumentar la afluencia de visitantes, derrama económica y la generación de empleos directos e indirectos en beneficio de los prestadores de servicios turísticos del Destino de Cuernavaca.



Acciones a realizar.

La construcción de un Centro Cultural y de Convenciones en Teopanzolco.

Metas o Impacto.

El proyecto beneficiará económicamente a los prestadores de servicios y comerciantes establecidos actualmente en Cuernavaca, aumentando la rentabilidad de sus negocios, por el efecto multiplicador que genera el turismo de reuniones.

Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: El Gobierno del Estado de Morelos, a través de la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Obras Públicas, el Municipio de Cuernavaca, el Instituto Nacional de Antropología e Historia Delegación Morelos y la iniciativa privada.

Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$200 millones de pesos en una sola etapa. El recurso requerido provendrá tanto de la Secretaría de Turismo Federal como de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos y de una aportación significativa de la iniciativa privada.



Primer volumetría propuesta. Imagen de la dirección de proyectos del municipio de Cuernavaca.

3.- Señalización Turística Innovadora del Destino de Cuernavaca, su historia y sus tradiciones.

Descripción del Proyecto.

El proyecto contempla el suministro y la instalación de Tableros de Señalización Vial Turística hacia y en los destinos turísticos de Cuernavaca, con características propias de sus zonas turísticas contemplando, entre otros: decisivo de orientación y aproximación al destino, panel confirmativo de destino, referencia y orientación en sitio turístico incluyendo elementos para personas con capacidades especiales.

Localización.

Se colocarán en las principales calles y avenidas de la ciudad de Cuernavaca, así como en la periferia y los principales accesos a la ciudad, privilegiando en el centro histórico aquellos elementos de señalética, líneas guía y texturas para personas con capacidades especiales.



Productos.

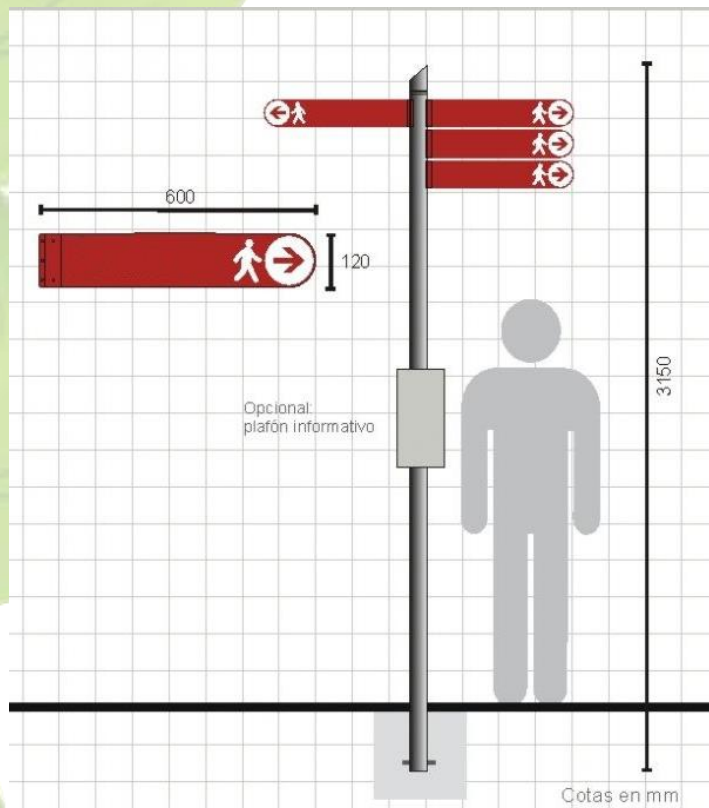
El proyecto está orientado a impulsar y fomentar el turismo carretero, así como la puesta en valor de los atractivos, servicios y actividades turísticas que ofrece Cuernavaca.

Mercado.

El proyecto está dirigido al público en general, y de manera específica, al turismo local, nacional e internacional.

Factibilidad de producción competitiva.

La Secretaría de Turismo Federal, a través del Compendio Estadístico de Turismo en México registra que existen 421 empresas relacionados con el turismo en Cuernavaca. La mayor parte de la oferta se compone de establecimientos de alimentos y bebidas (62%), seguido de bares (11%), cafeterías (3.3%), discotecas y centros nocturnos (3%), agencias de viajes (17%), empresas arrendadoras de automóviles (2.3%) y campos de golf. No tiene Centro de Convenciones.



Problemas a resolver.

La promoción de los diversos productos turísticos es uno de los pilares fundamentales que marcan la acción estratégica de gran número de instituciones y particulares para abordar el desarrollo de los pueblos y ciudades. Estrategias para obtener un mayor dinamismo económico mediante la promoción del patrimonio cultural e histórico, valores naturales, recursos y servicios turísticos, como factores coadyuvantes de ese desarrollo integral.

La implementación de un programa de señalización turística debe valorarse como uno de los aspectos más importantes de los planes y programas de fomento turístico. Incide directamente en la información, la orientación y la puesta en valor de los recursos del espacio, así como el acceso a los elementos necesarios para interpretar esos valores culturales y tradicionales.

Una de las principales debilidades de la ciudad de Cuernavaca, de acuerdo con el diagnóstico desarrollado, es su señalización en todos sus ámbitos. No existe tal y aunado a la sinuosa y estrecha traza urbana diseñada sobre barrancas, hace aún más difícil la localización y ubicación de inmuebles históricos, principales atractivos turísticos y espacios de hospedaje, alimentación y recreación.

Es por lo anterior que se contempla dentro de estos proyectos de inversión, una propuesta seria en materia de señalización que permita ubicar los principales atractivos de la ciudad y los visitantes puedan llegar sin ningún contratiempo al destino turístico o servicio turístico de su elección.

Este proyecto de señalización contempla entre otros aspectos, nomenclatura de calles, señalización braille, señales de hospedaje, alimentación, estacionamientos, información turística, servicios médicos, comercios de artesanías, mapas entre otros.

Cuernavaca como capital del estado de Morelos y principal destino turístico de la entidad, requiere de una señalización integral y de un diseño especial que logre vincular todo el ámbito turístico, tour operadores, guías de turistas, prestadores de servicios turísticos, comerciantes, inmuebles históricos, centros de diversión, entretenimiento y esparcimiento, etc...

Esta señalización deberá integrar señales para personas con cualquier tipo de discapacidad, es decir, nomenclatura braille en calles, sitios y monumentos, líneas guía de piso, texturas, semáforos con sonido y stop, entre otros elementos incluidos en el apartado de Centro histórico de Cuernavaca accesible e incluyente.

El proyecto contempla resolver el problema de señalización turística de los atractivos, servicios y actividades turísticas que ofrece el Destino de Cuernavaca.

Acciones a realizar.

Entre sus principales acciones a realizar sobresale el suministro y la instalación de Tableros de Señalización Vial Turística hacia y en los destinos turísticos de Cuernavaca, con características propias de sus zonas turísticas contemplando, entre otros: decisivo de orientación y aproximación al destino, panel confirmativo de destino, referencia y orientación en sitio turístico.

Metas o Impacto.

Suministro y la instalación de Tableros de Señalización Vial Turística hacia y en los destinos turísticos de Cuernavaca

Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: Secretaría de Turismo del Estado de Morelos, Secretaría de Obras Públicas, el Municipio de Cuernavaca, el Instituto Nacional de Antropología e Historia y la iniciativa privada.

Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$15 millones de pesos en una sola etapa. El recurso requerido provendrá de la Secretaría de Turismo Federal, de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos y del Municipio de Cuernavaca.

4.- Iluminación Artística, Cultural y Turística de Bienes Inmuebles.

Descripción del Proyecto.

El proyecto contempla la iluminación artística, turística y cultural de sitios emblemáticos de arquitectura civil y religiosa del Centro Histórico de Cuernavaca, sus pueblos y barrios tradicionales.

Localización.

En el centro histórico de Cuernavaca, sus hitos y en los pueblos históricos y barrios tradicionales ubicados en todo el municipio de Cuernavaca.



Palacio de Cortes con iluminación artística.
Imagen tomada de internet 2013

Productos.

El proyecto está orientado a impulsar y fomentar productos turísticos de noche en el ámbito del turismo cultural. La mayor parte de los recursos histórico-monumentales se concentran en el Centro Histórico de la ciudad, encontrándose muy próximos entre sí y siendo muy fácil desplazarse de unos a otros para diseñar recorridos y rutas nocturnas.

Mercado.

El proyecto está dirigido al público en general, y de manera específica, al turismo local, nacional e internacional.



Capilla de la tercera orden en el conjunto Catedral con iluminación artística.
Imagen tomada de internet 2013

Factibilidad de producción competitiva.

Cuernavaca cuenta con un patrimonio cultural integrado por su riqueza histórica, arqueológica prehispánica y por su legado histórico-monumental posterior a la conquista española, riqueza patrimonial la cual se enuncian a continuación y que todos son susceptibles a iluminar:

Arquitectura civil relevante.

1. - Palacio de Cortés (Museo Cuauhnáhuac).
2. - Casa de Maximiliano (Centro INAH Morelos, Museo de Medicina Tradicional y Jardín Etnobotánico).
3. - Casa Manuel de la Borda (Jardín Borda).

Infraestructura urbana

Puentes.

1. - Puente Telpochhuehueco (el viejo siempre joven)
2. - Puente Carlos Quauglia.
3. - Puente Amanalco.
4. - Puente La Emperatriz Acapantzingo.
5. - Puente de la Carolina.
6. - Puente Tablas.
7. - Puente de San Antón.
8. - Puente del Panteón.
9. - Puente Porfirio Díaz.

Acueductos

1. - Acueducto Gualupita.
2. - Acueducto Carlos Quauglia.
3. - Acueducto Amanalco.
4. - Acueducto Amatitlán.

Plazas y plazuelas

1. - Plaza Juárez.
2. - Plaza Zaragoza.
3. - Plaza Chapitel del Calvario.
4. - Plaza Morelos.
5. - Plazuela del Zacate o del 2 de Mayo de 1812.

Jardines y parques.

1. - Jardín Borda.
2. - Jardín Revolución.
3. - Jardín San Juan.
4. - Jardín Etnobotánico.

- 5. - Jardín Porfirio Díaz.
- 6. - Parque Melchor Ocampo.
- 7. - Parque Chapultepec.

Monumentos muebles

Escultóricos

- 1.- Escultura del General Carlos Pacheco.
- 2. - Escultura del Niño Artillero.
- 3. - Escultura de Emiliano Zapata.
- 4. - Escultura a la Madre
- 5. - Escultura la Jicarera.
- 6. - Escultura a Cuauhtémoc.
- 7. - Escultura a Don Benito Juárez García.
- 8. - Escultura a Manuel Ávila Camacho.
- 9. - Escultura a Vicente Guerrero.

Fuentes públicas

- 1. - Fuente Porfirio Díaz.
- 2. - Fuente a los Héroes de la Patria.

Patrimonio histórico cultural del municipio de Cuernavaca, Morelos.

- 1.- Catedral de la Asunción de María Cuernavaca.
- 2.- Templo de San Francisco de la Tercer Orden. Cuernavaca.
- 3.- Templo del Carmen. Cuernavaca.
- 4.- Capilla abierta de San José. Cuernavaca.
- 5.- Templo de la Virgen de los Dolores. Cuernavaca.
- 6.- Humilladero de la Virgen de Guadalupe. Cuernavaca. "Calvario".
- 7.- Templo de Jesús Nazareno "Tepetates". Cuernavaca.
- 8.- Parroquia de Nuestra Señora de Guadalupe. Cuernavaca.
- 9.- Parroquia de San Antonio Analco. Cuernavaca.
- 10.- Capilla de San Francisco de Asís. Cuernavaca.
- 11.- Parroquia de San Juan Chapultepec. Cuernavaca.
- 12.- Capilla de San Pablo Apóstol. Cuernavaca.
- 13.- Capilla de los Dolores. Cuernavaca.
- 14.- Capilla de Santo Cristo. Cuernavaca.
- 15.- Templo de San Miguel Arcángel. Acapantzingo.
- 16.- Capilla de San Dieguito. Acapantzingo.
- 17.- Parroquia de San Luís Obispo. Amatitlán.
- 18.- Capilla del Señor de la Inspiración. Atlacomulco.
- 19.- Parroquia de San Lorenzo. Chamilpa.
- 20.- Templo de Nuestra Señora de Guadalupe. Melchor Ocampo - Gualupita.
- 21.- Parroquia del Divino Salvador. Ocotepec.
- 22.- Capilla de Nuestra Señora de los Dolores. Ocotepec.
- 23.- Capilla de la Candelaria. Ocotepec.
- 24.- Capilla del Señor de los Ramos. Ocotepec.



- 25.- Capilla de la Santa Cruz. Ocotepec.
- 26.- Parroquia de San Antonio Analco. San Antón.
- 27.- Capilla de San Jerónimo. San Jerónimo.
- 28.- Parroquia de la Asunción. Santa María Ahuacatitlán.
- 29.- Capilla de los Santos Reyes. Tétela del Monte.
- 30.- Capilla de Nuestra Señora de los Milagros. Tlaltenango.
- 31.- Capilla de Nuestra Señora de los Ángeles. Ahuatepec.

Problemas a resolver.

En el mundo, la iluminación artística en monumentos arquitectónicos ha tenido un gran auge, ya que iluminamos espacios y elementos arquitectónicos para realzar su belleza y dar un efecto único cambiando la percepción del individuo.

Las ciudades han cambiado la forma de concebir y vivir el espacio urbano por las noches, en la actualidad, en muchas ciudades de México, la ciudad se transforma para tener una actividad comercial, principalmente a través de centros nocturnos.

En el municipio de Cuernavaca se han realizado esfuerzos por implementar iluminación artística en algunos monumentos históricos dentro del primer cuadro de la ciudad, tal es el caso, del Palacio de Cortes, el chapitel del Calvario, el Palacio de Gobierno y en el conjunto de Catedral, principalmente en elementos arquitectónicos de gran belleza e importancia, como es el campanario, las cúpulas y las portadas de las diferentes edificaciones que existen dentro del conjunto.

La iluminación ayuda a que la ciudad se viva de noche, dando un matiz diferente a lo que puedes vivir en el día, las grandes urbes del mundo han utilizado la iluminación artística para realzar sus principales construcciones convirtiéndolos en hitos, donde los habitantes así como los turistas viven los diferentes espacios de la ciudad, apropiándolos y admirando su belleza.

En Cuernavaca contamos con múltiples monumentos que de distintas épocas, diferentes estilos y materiales que con una adecuada iluminación artística se pueden embellecer, haciendo de la ciudad de Cuernavaca una ciudad en el día y otra por las noches en una ambiente cultural para los habitantes así como para el turista.

El proyecto contempla resolver el problema de la falta de iluminación artística, turística y cultural de sitios emblemáticos, que permitan poner el valor los bienes inmuebles del Destino de Cuernavaca, entre otros.



Calle Comonfort con iluminación artística.
Imagen tomada de internet 2013

Acciones a realizar.

Entre sus principales acciones a realizar sobresale la iluminación artística, turística y cultural de los sitios emblemáticos de arquitectura civil y religiosa del Centro Histórico de Cuernavaca, pueblos y barrios tradicionales.

Metas o Impacto.

La propuesta de raíz para la iluminación artística es implementar recorridos nocturnos, en donde la cultura se transmitirá a través de visitas guiadas, teatro, música, danza, gastronomía y demás, por lo cual dicha iluminación resulta muy importante para la ciudad, atrayendo al turismo.

Es indudable que la iluminación es un aspecto con el que se relaciona el ser humano, debido a que la vista es uno de los sentidos fisiológicos que permite obtener información y conocer el mundo de los objetos. La luz ha permitido por otro lado, la conformación comunal y el desarrollo de la tecnología que actualmente conocemos.

La tecnología en iluminación ha avanzado y se ha enfocado a innovar tecnología, para realzar e iluminar arquitectónicamente áreas específicas como monumentos, iglesias, jardines, fachadas, etc. Con modernos equipos que puedes iluminar áreas muy pequeñas hasta edificios de gran envergadura. Estos equipos de iluminación cuentan con toda la gama de colores y pueden por medio de controladores electrónicos ser manejados para cambiar de color cada cierto tiempo o se mantengan fijos en una sola tonalidad y así mismo mostrar distintas texturas y efectos. Según el color de la luz, se clasifican las lámparas en tres categorías: luz cálida, luz neutral y luz diurna. La arquitectura y la forma de iluminar están dando un giro, se utilizan los dispositivos llamados LEDS, es un diodo semiconductor que emite luz. Para que una lámpara funcione debe colocarse en un accesorio, que puede ser un portalámparas o un aparato complejo con lentes y reflectores que reflejen o dirijan la luz. Con la nueva

tecnología LED, ofrece distintos tipos de colores y sobre todo de luminarias que se pueden adaptar a cualquier tipo de proyecto, además que son dispositivos de bajo consumo de energía, teniendo una perspectiva amigable con el medio ambiente.



Palacio de gobierno con iluminación artística.
Imagen tomada de internet 2013

Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: Secretaría de Turismo del Estado de Morelos, Secretaría de Obras Públicas, el Municipio de Cuernavaca, el Instituto Nacional de Antropología e Historia Delegación Morelos y la iniciativa privada.

Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$40 millones de pesos. El recurso requerido provendrá de la Secretaría de Turismo Federal, de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos y del Municipio de Cuernavaca.



Calle Netzahualcóyotl en el centro histórico de Cuernavaca con iluminación artística.
Imagen tomada de internet 2013

5.- Eco bici y ciclo vías verdes.

Descripción del Proyecto.

El proyecto contempla la construcción de ciclovías, trota vías y vialidades de baja velocidad sobre las principales arterias de Cuernavaca, así como en puentes peatonales para su cruce, además de gimnasios al aire libre, canchas de fut bol rápido, palapas y asadores, corredores botánicos, reforestación de áreas verdes, explanada de conciertos y bibliotecas, estratégicamente ubicadas en el destino turístico.

Localización.

Utilizando el derecho de vía de la línea "C" del ferrocarril México - Balsas, comunicando a tres pueblos tradicionales: Chamilpa, Ocotepec y Ahuatepec, creando recorridos turísticos que muestren su historia y tradiciones (fiestas patronales, turismo religioso y gastronomía).



Ejemplo de sección tipo de los espacios de ciclo vías para proyectos de movilidad urbana, recuperación del espacio público e integración de espacios para deporte, cultura, recreación, esparcimiento y actividades turísticas. Imagen de la Dirección de proyectos del municipio de Cuernavaca y UAEM.

Productos.

Este proyecto tiene como propósito impulsar el turismo social y las necesidades y requerimientos de movilidad pública y turística en el Centro Histórico de Cuernavaca.

Mercado.

El proyecto está dirigido al público en general, y de manera específica, al turismo local, nacional e internacional.

Factibilidad de producción competitiva.

Actualmente el Centro Histórico cuenta con un número aproximado de 2,000 comercios, de los cuales estos son: establecidos, semifijos y ambulantes. El Centro Histórico cuenta con hoteles, restaurantes, museos, centros culturales, arquitectura civil y religiosa, touroperadores de servicios turísticos.



Problemas a resolver.

Cuernavaca es una ciudad con un Centro Histórico congestionado que no se diseñó para ser eje de una ciudad motorizada y densa en la que se ha convertido la capital del Estado. Esta congestión que ha sido consecuencia del

crecimiento experimentado, ha puesto de manifiesto la escasez de suelo para la creación de espacios públicos y la dificultad de ordenación de todas las actividades que en ella tienen lugar: transporte, comercio, circulación, etc.

Una consecuencia directa de esta congestión, son los graves problemas de tráfico vehicular a los que se enfrenta la ciudad y especialmente la zona del Centro Histórico que se caracteriza por la masificación y congestión existente en sus calles y avenidas, al circular gran cantidad de vehículos que generan importantes problemas de ruidos así como de estacionamiento tanto en la vía pública como en los estacionamientos privados. Asimismo, la distribución de flujos no resulta adecuada y, ante tal proliferación de vehículos, resultan insuficientes las medidas implementadas en materia de ordenación vial. Otro de los focos que suponen un aporte importante de tráfico son las antiguas carreteras entre la Ciudad de México y el sur del país, especialmente la ruta hacia Acapulco que cruza la ciudad de norte a sur por la actual avenida Morelos y sigue siendo un recorrido básico para el tráfico ciudadano y de paso. Aunque el libramiento de la autopista ha supuesto un alivio para el tráfico de paso, no ha eliminado las servidumbres de circulación lineal de dos áreas importantes de la ciudad al norte y al sur y, de éstas con el centro administrativo y de servicios.

La construcción de ciclo vías, trota pistas y vialidades de baja velocidad, promovería a Cuernavaca internacionalmente, pues demostraría ser una sociedad preocupada por el medio ambiente, lo cual no puede pasar desapercibida. Claro ejemplo el de la Ciudad de México que el gobierno de Dinamarca le ha otorgado este año un premio de Ciclo Ciudades por ser la ciudad que más ha ampliado sus ciclovías y ser una de las ciudades más amigables. Igualmente con esta estrategia recuperarán importantes zonas marginadas y deterioradas, a través de un eficaz ordenamiento urbano, revitalizando el uso de las calles y áreas perdidas que atraviesan la Ciclo vía. Los beneficios son amplios e integrales pues además abonan a la imagen urbana y a la obtención de mejores espacios públicos por su diseño, servicio y seguridad, mediante la utilización de equipamiento y señalización adecuados.

Acciones a realizar.

Se propone la construcción de ciclo vías, trota pistas y vialidades de baja velocidad, en el municipio de Cuernavaca a través de la línea "C" del Ferrocarril.

Metas o Impacto.

Los nuevos sistemas de transporte en las ciudades relacionados con la movilidad urbana, requieren de nuevas opciones de desplazamientos, es por ello que con la próxima apertura de la ciclo vía verde que viene desde la ciudad de México, sumado a diversos proyectos aislados dentro de la ciudad de

Cuernavaca, como es el caso de *Mochila Rodante* que promueven alumnos de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos o bien el *Cuernabicla* que tienen que ver con el uso de la bicicleta, se plantea la propuesta de generar los circuitos y ciclo vías necesarias en la ciudad de Cuernavaca con el objetivo de desarrollar un plan integral de uso efectivo de la bicicleta.

Enriqueciendo los proyectos de movilidad urbana en Cuernavaca como la “vía verde” que parte desde la Ciudad de México y, es un proyecto urbano, ecológico y de rescate social muy complejo y ambicioso que trasciende los temas del desarrollo urbano y la sustentabilidad por ser considerado como un urbanismo aplicado a la realidad, utilizando el área libre existente, se plantea la Ciclo Vía, el cual da una opción más al tema de la movilidad urbana. No solo ayuda a la sociedad a combatir el sobre peso y problemas de salud, o a propiciar la convivencia familiar y estrechar los lazos sociales, sino también amplía el abanico de opciones de actividades turísticas, haciendo más atractiva la ciudad para los visitantes, amén de eventos nacionales e internacionales relacionados con el ciclismo.

Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: Secretaría de Turismo y la Secretaría de Desarrollo Sustentable del Estado de Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca y la UAEM.

Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$30 millones de pesos en una primera etapa. El recurso requerido provendrá de la Secretaría de Turismo Federal, de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos y del Municipio de Cuernavaca.

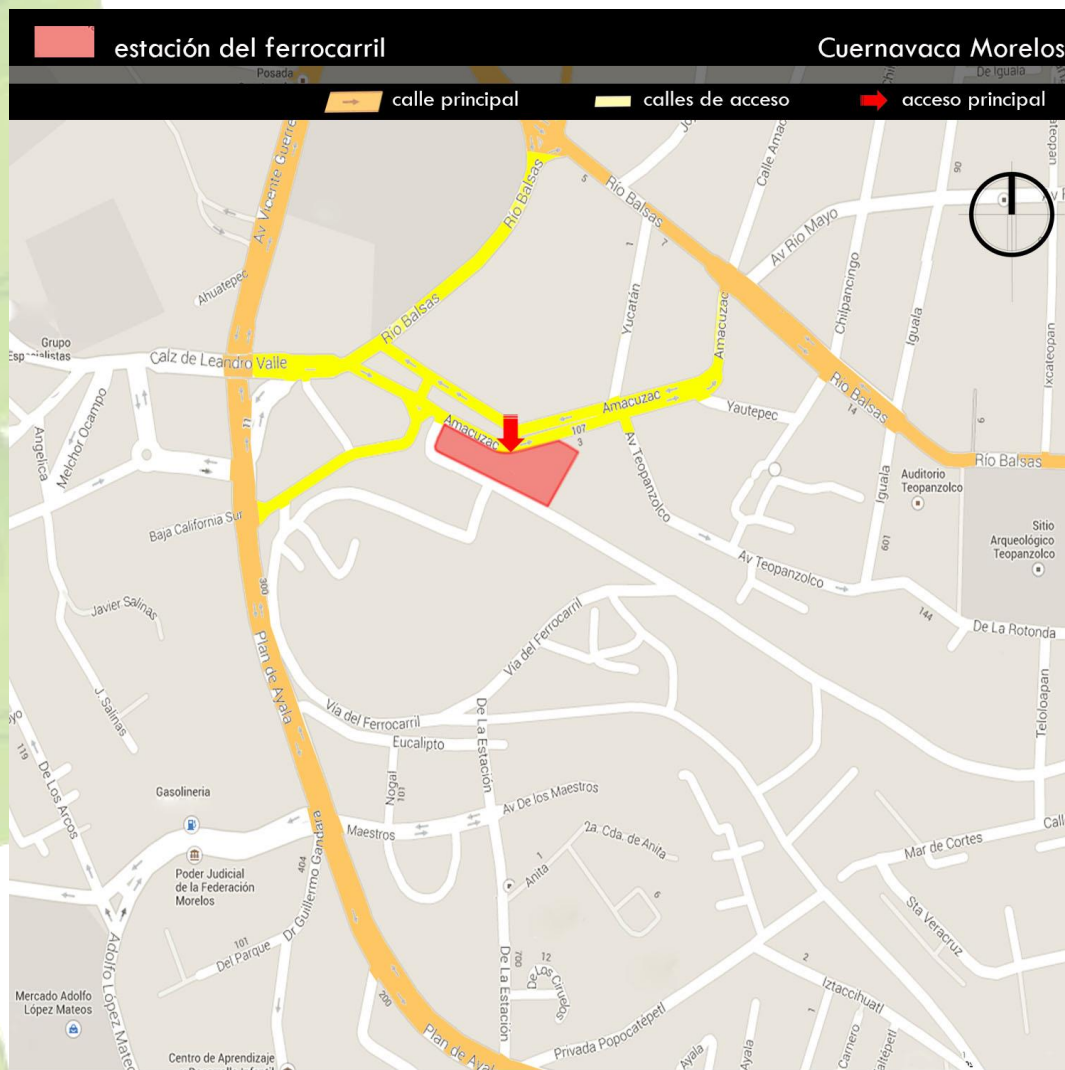
6.- Museo del ferrocarril y centro cultural en la antigua estación de Cuernavaca.

Descripción del Proyecto.

El proyecto contempla la rehabilitación y mejoramiento de la Antigua Estación del Ferrocarril de Cuernavaca.

Localización.

Ubicada en la colonia patios de la estación entre las vialidades de la Av. Plan de Ayala y la Av. Leandro Valle, muy cerca de plaza Cuernavaca, el centro comercial Adolfo López Mateos, el parque Melchor Ocampo.



Productos.

El proyecto está orientado a impulsar y fomentar el turismo cultural y recuperar uno de los edificios más emblemáticos e históricos del estado de Morelos y que desde hace más de 10 años se encuentra en total abandono.

Mercado.

El proyecto está dirigido a satisfacer las necesidades y requerimientos del turista local, nacional e internacional, en materia de recreación y esparcimiento cultural y académico. En este sentido se busca incorporar a esta Estación de Ferrocarril en el sistema de estaciones de la época del porfiriato recuperadas para albergar espacios culturales.

Factibilidad de producción competitiva.

Actualmente el Gobierno del Estado de Morelos tiene a su cargo la custodia de las antiguas vías del Tren de la entidad, así como las estaciones.

Problemas a resolver.

La llegada del ferrocarril a la ciudad Cuernavaca en 1897, generó una época de gran desarrollo económico, tecnológico e industrial, no sólo en la ciudad de Cuernavaca, sino en la región centro del país, dando como resultado la transformación en la estructura social, productiva y urbana del territorio estatal y nacional. Como testigo de este gran auge se erige la Estación de Ferrocarril de Cuernavaca, perteneciente a un grupo de edificios y obras civiles realizadas en el centro de la ciudad, promovidas desde las políticas públicas del periodo del Porfiriato.

Su abandono, subutilización, invasión y destrucción parcial se debe a que dichas tecnologías pasaron a ser obsoletas dentro de los marcos de producción de los gobiernos del siglo XX. Generando la pérdida del patrimonio cultural del Estado de Morelos y México. Siendo el patrimonio ferrocarrilero una categoría recientemente reconocida y estudiada, donde la valorización de la época industrial de principios del siglo XIX y principios del XX forma parte de un universo rezagado de los análisis teóricos y de las legislaciones vigentes en materia de protección de patrimonio cultural. Los significados históricos y sociales, tanto del patrimonio industrial como del patrimonio ferrocarrilero, son primordiales para entender las ciudades del México que hoy vivimos.

La mejor forma de detener su destrucción y deterioro es revitalizando el edificio y su entorno. Para eso proponemos incorporarla al Sistema Nacional de Estaciones de Ferrocarriles que han sido recuperadas, tales son los ejemplos de

las estaciones de Cuautla, Iguala, Mérida, Chapala, Tulancingo y otras más en el país.

Acciones a realizar.

Las acciones a realizar en la Antigua Estación del Tren de Cuernavaca para su integración y revitalización son:

- Restauración del edificio
- Creación del Museo del ferrocarril
- Centro cultural y Artístico
- Cafetería en los vagones
- Conexión con ciclo vía verde
- Área de exposición temporal
- Áreas verdes, recreación y esparcimiento
- Imagen urbana del contexto



Restaurantes en vagones de tren en diversas estaciones de ferrocarril, como opciones novedosas y de nuevo uso.
Imagen tomada de internet, 2013.

Metas e impacto.

Con lo anterior se podrá contar con un inmueble con nuevo uso dentro del ámbito del turismo, incorporando espacios culturales, de servicios turísticos y de exposición con el objetivo de detonar el desarrollo de la zona y lo más importante recuperar el edificio el cual se encuentra en el imaginario colectivo de los cuernavacenses.

Este proyecto es uno de los más sensibles debido a los diversos actos de vandalismo que ha vivido este edificio, lo anterior emanado del diagnóstico del destino turístico de Cuernavaca.

Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: Secretaría de Turismo del Estado de Morelos, el Centro INAH Morelos, Secretaría de Obras Públicas y el Municipio de Cuernavaca.

Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$80 millones de pesos. El recurso requerido provendrá tanto de la Secretaría de Turismo Federal como de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos.

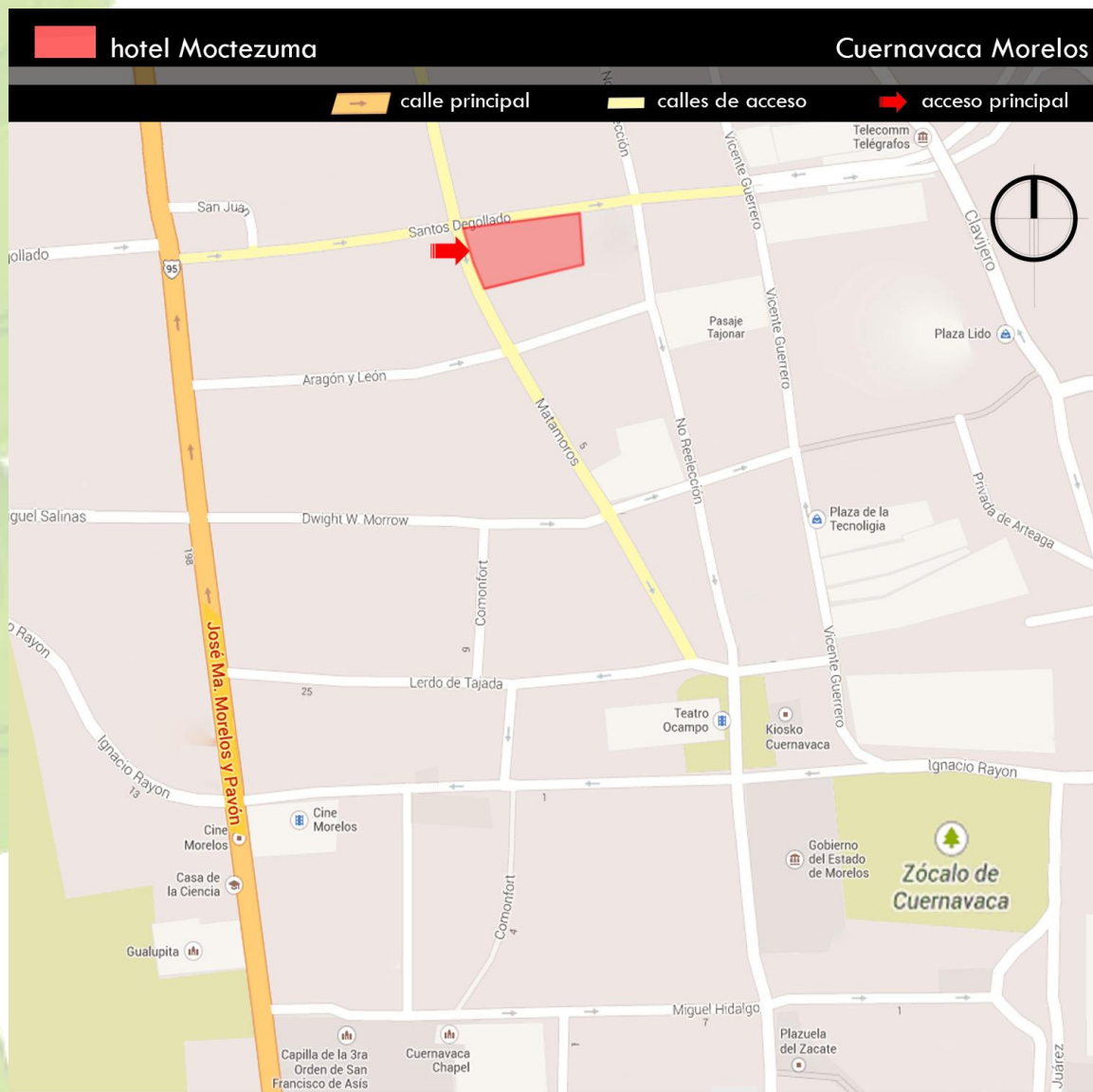
7.- Centro de estudios e investigación sobre la Revolución Mexicana en Hotel Moctezuma.

Descripción del Proyecto.

El proyecto contempla la adquisición, remodelación, rehabilitación y restauración del antiguo Hotel Moctezuma.

Localización.

Ubicado en el Centro histórico de Cuernavaca en la esquina que forman las calles de Matamoros y Degollado.



Productos.

El proyecto está orientado a impulsar y fomentar el turismo cultural. La mayor parte de los recursos histórico-monumentales se concentran en el Centro Histórico de la ciudad, encontrándose muy próximos entre sí y siendo muy fácil desplazarse de unos a otros. El Centro Histórico de Cuernavaca ofrece diversas opciones para los visitantes de la mayoría de los segmentos de mercado. Esto implica una ventaja sobre otros destinos turísticos, sin embargo, esta oferta no se encuentra integrada, en muchos casos le falta inversión en infraestructura, servicios turísticos relacionados, promoción, comercialización, entre otros factores.

Al dotar de infraestructura y equipamiento de apoyo al turismo del Centro Histórico de Cuernavaca permitirá poner en valor los atractivos, servicios y actividades, en coordinación con las autoridades estatales, municipales y prestadores de servicios turísticos.

Mercado.

El proyecto está dirigido a satisfacer las necesidades y requerimientos del turista local, nacional e internacional, en materia de recreación, investigación, desarrollo académico y esparcimiento cultural e histórico. La identificación de los mercados de origen señala que más del 80% de los turistas que visitaron Cuernavaca son originarios del Distrito Federal y del Estado de México. Guerrero y Puebla representaron 5% y 4% respectivamente, solo en un 3% son turistas extranjeros.



Digitalización de la propuesta de recuperación del Hotel Moctezuma para el Centro de Estudios e Investigación sobre la Revolución Mexicana. Imagen GGH y ESB, 2013.

Factibilidad de producción competitiva.

Actualmente el Centro Histórico cuenta con un número aproximado de 2,000 comercios, de los cuales estos son: establecidos, semifijos y ambulantes. El Centro Histórico cuenta con hoteles, restaurantes, museos, centros culturales, arquitectura civil y religiosa, touroperadores de servicios turísticos.



Emiliano Zapata, Eufemio Zapata y Josefa Espejo en el Hotel Moctezuma, Cuartel general de la Revolución, Imagen tomada de internet, 2013.

Problemas a resolver.

Como parte del diagnóstico realizado al destino turístico de Cuernavaca, se encontraron diversas deficiencias en cuanto a infraestructura relacionada con el turismo académico, siendo el estado de Morelos una de las entidades del país con mayor número de investigadores, se propone dentro de los proyectos de inversión, la adquisición, remodelación, rehabilitación y restauración del antiguo Hotel Moctezuma, construido en 1903 y que fuera cuartel general en la ciudad de Cuernavaca del Gral. Emiliano Zapata Salazar, ubicado en el corazón de Cuernavaca.

Este inmueble histórico catalogado por el INAH es un ícono de la arquitectura de barro, muestra espacios de identidad propios de la arquitectura regional de Cuernavaca, como los miradores, los materiales de la región (barro, madera) además de ser el escenario en el cual fueron tomadas las mejores fotografías al Gral. Emiliano Zapata Salazar, durante la lucha revolucionaria.

De este proyecto se cuenta ya con un avance significativo que integra planos arquitectónicos, levantamiento de daños, propuesta de espacios y animación digital.

Acciones a realizar.

La adquisición, remodelación, rehabilitación y restauración del antiguo Hotel Moctezuma.

Metas e impacto.

Este proyecto deriva de la propia esencia que tiene el estado de Morelos en cuanto a sucesos históricos, documentos, testimoniales, fotografías, objetos, postales, cartas, armas entre otros, propios de la Revolución Mexicana, lo cual permite también integrar a la ciudad de Cuernavaca dentro de la Ruta Zapata, producto turístico que se encuentra en consolidación y que lograría integrar a Cuernavaca, junto con Cuautla, Chinameca, Tlaltizapán y Anenecuilco, en este recorrido histórico-cultural.

Agentes involucrados.

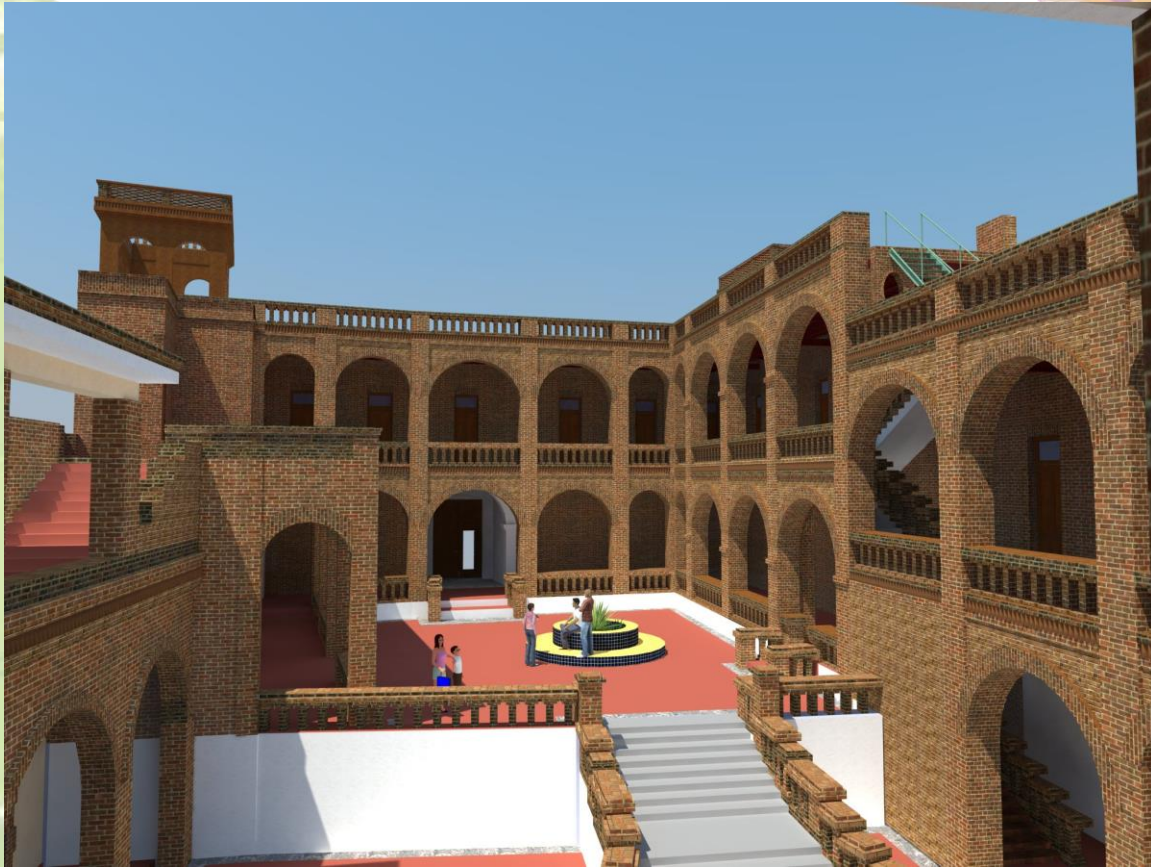
Las dependencias ejecutoras del proyecto: Secretaría de Turismo del Estado de Morelos, Secretaría de Obras Públicas, el Centro INAH Morelos, la UAEM y el Municipio de Cuernavaca.

Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$100 millones de pesos. El recurso requerido provendrá tanto de la Secretaría de Turismo Federal como de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos.

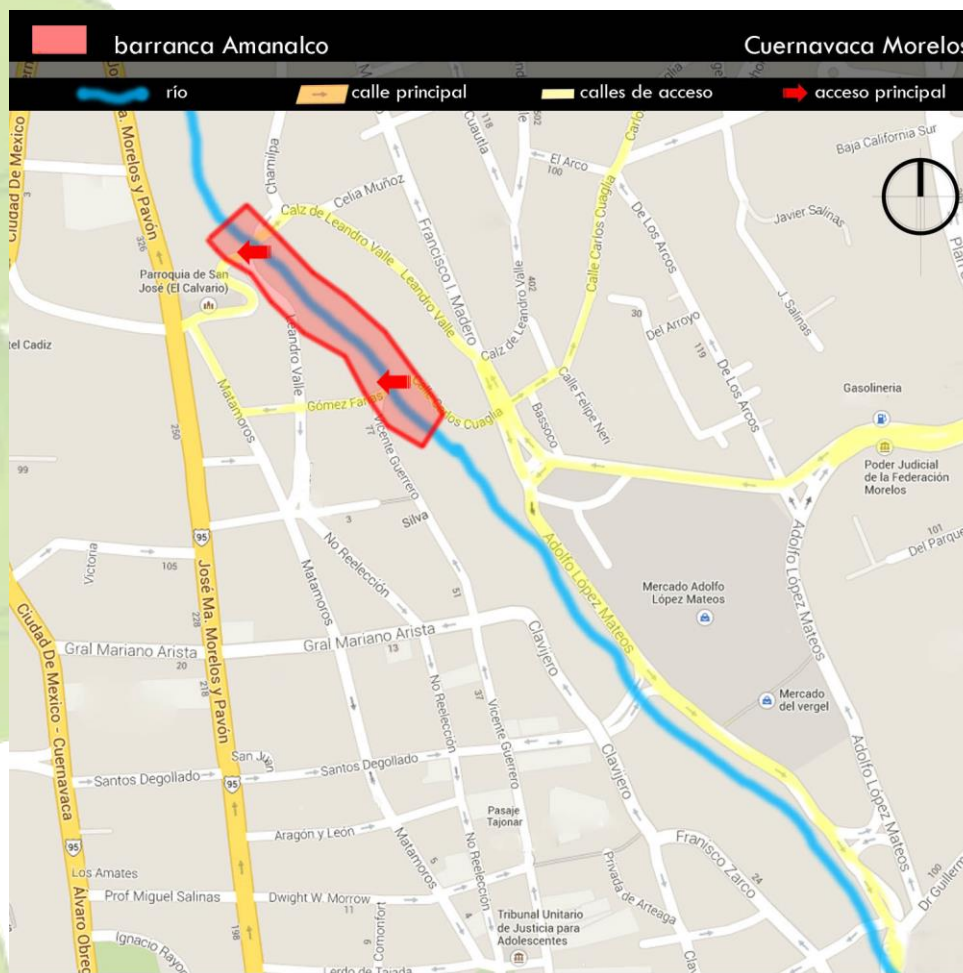


Emiliano Zapata, en el Hotel Moctezuma,
Cuartel general de la Revolución, Imagen tomada de internet, 2013.



Interiores del Hotel Moctezuma. Imagen GGH y ESB, 2013.

En esta primera etapa se rehabilitaran las barrancas localizadas en el centro histórico de Cuernavaca.



Productos.

El proyecto está orientado a impulsar y fomentar el turismo de naturaleza, en todas sus modalidades tales como ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural y turismo comunitario.

Mercado.

El proyecto está dirigido a satisfacer las necesidades y requerimientos del turista local, nacional e internacional, en materia de turismo de naturaleza y ecoturismo.

Factibilidad de producción competitiva.

El interés turístico por visitar Áreas Naturales Protegidas en México se ha incrementado de manera importante en la última década, recalcando a su vez el interés por practicar alguna de las actividades turísticas que engloba el Turismo de Naturaleza, modalidad que representa alrededor del 5% del turismo a nivel nacional, pero que crece con un mayor dinamismo y que procura la conservación del patrimonio natural aún sin contar con planeación y desarrollo de producto suficiente. No obstante a lo anterior, se requiere de un esfuerzo a los tres niveles de gobierno para instrumentar el verdadero turismo de naturaleza y para cumplir con todos los criterios en los lugares apropiados, lo cual conlleva grandes desafíos al aplicarlos en situaciones prácticas en el campo. Las políticas turísticas y los convenios marco que a nivel federal y estatal se han empezado a instrumentar están reclamando de programas a corto y mediano plazo para dar continuidad de acciones y sean marco de coordinación interinstitucional.

Otros recursos naturales de interés en Cuernavaca son las barrancas, las cuales se enuncian a continuación:

1. -Barranca de los Sabinos.
2. - Barranca del Empleado.
3. -Barranca de Amanalco.
4. -Barranca del Chiflón de los Caldos.
5. -Barranca Ojo de Agua.
6. -Barranca Zompantle.
7. -Barranca de Atzingo.
8. -Barranca de Apatlaco.
9. -Barranca de los Pitos.
10. -Barranca Pajaritos.
11. -Barranca el Literero.
12. -Barranca el Cerrado.
13. -Barranca Pilcaya.

14. -Barranca el Cerrito.
15. -Barranca Tilapeña.
16. -Barranca Mejía.
17. -Barranca Alpuche.
18. -Barranca del Tecolote.
19. -Barranca Seca.
20. -Barranca San Antón.

Problemas a resolver.

Actualmente las barrancas requieren importantes labores de recuperación y acondicionamiento ya que se observa presencia de basura y vegetación en mal estado de conservación. Por otro lado, es necesario acometer mejoras como la instalación de señalización posicional, direccional e interpretativa de la flora y paisaje que se observa durante el recorrido. Se ha constado la necesidad de proceder a la ordenación del comercio informal existente en los alrededores, así como la necesidad de incrementar la presencia de mobiliario urbano (bancas, botes de basura) adaptado al entorno natural en que se encuentra.

El proyecto tiene como propósito proteger, conservar y preservar las barrancas de Cuernavaca, a través de programas, proyectos y acciones en materia de turismo de naturaleza, a través de sus modalidades tales como ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural y turismo comunitario, beneficiando directamente a las comunidades ejidales y comuneros, a través de proyectos de turismo comunitario de bajo impacto ambiental.



Estado actual de las barrancas de Cuernavaca y sus recorridos turísticos, imagen tomada de Internet, 2013.

Acciones a realizar.

El proyecto contempla acciones tales como:

- a) Construcción de parques ecoturísticos
- b) Centros de interpretación
- c) Instalación de circuitos de canopy —tirolesas
- d) Senderos interpretativos.



Colocación de tirolesas, circuito de canopy y parques aéreos en las barrancas de Cuernavaca y sus saltos de agua, recuperando espacios verdes y desarrollando parques lineales.

Metas e impacto.

El proyecto tiene como propósito proteger, conservación y preservar las barrancas de Cuernavaca.

Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: Secretaría de Turismo Federal, Secretaría de Turismo del Estado de Morelos, Secretaría de Desarrollo Sustentable, Secretaría de Obras Públicas, CONANP, SEMARNAT, la UAEM, el Municipio de Cuernavaca, operadas por grupos organizados de comunidades ejidales y comuneros.

Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$15 millones de pesos. El recurso requerido provendrá tanto de la Secretaría de Turismo Federal como de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos.



Programas de mejoramiento y limpieza de barrancas de Cuernavaca. Imagen tomada de internet, 2013.

9.- Fortalecimiento del Programa de Policía Turística Municipal

Descripción del Proyecto.

El proyecto contempla la adquisición de equipamiento de apoyo y capacitación especializada para la policía turística municipal de Cuernavaca.

Localización.

Centro Histórico de Cuernavaca, sus pueblos y barrios tradicionales.

Productos.

Este proyecto contempla procurar y atender en materia de seguridad pública y turística, al público en general y a los turistas locales, nacionales y extranjeros, así como a la atención en materia de seguridad patrimonial de los establecimientos turísticos que ofrece el Municipio.



Mercado.

El público en general, turistas locales, nacionales e internacionales.

Factibilidad de producción competitiva.

Derivado de la situación general del Ayuntamiento, los recursos que se autorizan

a la seguridad ciudadana son insuficientes y si bien se cuenta con parque vehicular e instalaciones propias, hay que reconocer que en ambos casos se encuentran lejos de estar en las mejores condiciones y que ambas son insuficientes para la demanda en servicios y al no estar en estado óptimo, ponen en riesgo tanto la labor efectiva de atención como en algunos casos al personal operativo.



Problemas a resolver.

Derivado de la problemática general de seguridad se ha recibido una afectación grave y directa al turismo, al considerarse como una actividad prioritaria de desarrollo en el Municipio, será importante la búsqueda de soluciones y atención directa a las necesidades de este sector, por lo tanto se trabajará en el desarrollo del cuerpo de Policía Turística, que además de contar con las características propias de los elementos de Policía Preventiva, contarán también con conocimientos adicionales que faciliten la atención, seguridad y salvaguarda de los prestadores, comerciantes y demás participantes de las actividades turísticas, habitantes y visitantes de Cuernavaca.

Es también importante considerar que las instancias responsables de la seguridad y procuración de justicia padecen, en muchos casos, un rezago estructural, operativo y económico, circunstancia que ha buscado aprovechar la

delincuencia para infiltrar y corromper, en algunos casos con éxito a elementos de estos cuerpos de seguridad.

Acciones a realizar.

El proyecto contempla la adquisición de patrullas, radios, uniformes, esposas, segways y la capacitación especializada en materia turística y bilingüe.

Metas e impacto.

El proyecto contempla en su primera etapa, la adquisición de patrullas, radios, uniformes, esposas, segways y la capacitación especializada en materia turística y bilingüe.

Agentes involucrados.

Las dependencias ejecutoras del proyecto: Secretaría de Turismo Federal, Secretaría de Turismo del Estado de Morelos, Secretaría de Seguridad Pública y el Municipio de Cuernavaca.

Monto de la Inversión.

El costo total asciende a \$25 millones de pesos. El recurso requerido provendrá tanto de la Secretaría de Turismo Federal como de la Secretaría de Turismo del Estado de Morelos.



SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



Secretaría
de Turismo

Estudio de Competitividad Turística del Destino Cuernavaca, Morelos

ESQUEMAS PARA FOMENTAR LA INVERSIÓN PÚBLICA Y PRIVADA PARA LA AGENDA

Universidad Autónoma del Estado de Morelos



Estructura de Contenido

ESQUEMAS PARA FOMENTAR LA INVERSIÓN PÚBLICA Y PRIVADA PARA LA AGENDA (ACTD)	2
Apoyos y Programas Federales	3
Fideicomiso de Riesgo Compartido (FIRCO)	7
Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)	8
Secretaría de Economía (SE)	12
Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)	18
Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)	18
Secretaría de Turismo Federal (SECTUR)	22
Instituto Nacional de Desarrollo Social (INDESOL)	27
Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR)	30
Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP)	32
BANOBRAS	33
Apoyos Estatales	38
Secretaría de Economía	38
Fideicomiso Turismo Morelos (FITUR)	40
Apoyos de la Banca Comercial	41
Apoyos de la Banca de Desarrollo	44
BANCOMEXT	44
Nacional Financiera	48
Financiera Rural	50
Fondos de Inversión	51
Otros Fondos	53

ESQUEMAS PARA FOMENTAR LA INVERSIÓN PÚBLICA Y PRIVADA PARA LA AGENDA (ACTD)

Para poder realizar nuevos proyectos, que generen la actividad esperada, se requiere de recursos financieros, ya sea para desarrollar los proyectos actuales o ampliarlos, así como el inicio de nuevos proyectos que impliquen inversión.

Los medios por los cuales las personas físicas o morales se pueden hacer llegar recursos financieros en su proceso de operación, creación o expansión, en lo interno o externo, a corto, mediano y largo plazo, se le conoce como fuentes de financiamiento.

En este apartado, se presenta los posibles esquemas para fomentar la inversión pública y privada en el municipio, para generar un óptimo desarrollo turístico, tanto para acciones gubernamentales como para posibles opciones para los habitantes e inversionistas del lugar.

Los instrumentos económicos-financieros se clasifican de la siguiente manera:

1. **De coordinación:** acciones del Convenio de Desarrollo Social (CDS).
2. **De concertación social:** son los grupos sociales organizados y activos en la definición y ejecución de programas.
3. **Obligatoria:** es el atributo de la administración pública en sus tres niveles para cumplir con los objetivos y lineamientos de la Agenda.
4. **Inducción:** acciones en los distintos niveles de gobierno para propiciar y motivar comportamientos de los sectores sociales y privados encaminados al cumplimiento de la Agenda.

Estos instrumentos tendrán como propósito la obtención de recursos económicos para la planeación y ejecución de las acciones propuestas en la Agenda.

Por otra parte, es necesario señalar la orientación al sector privado en acciones precisas a desarrollar, de tal manera que se invite a este sector a participar, evitando que el desarrollo turístico se apoye únicamente en el gobierno, pues el Municipio de Cuernavaca, por sí solo no cuentan con la capacidad económica para una buena atención de los servicios urbanos básicos.

El Municipio, además de contar con recursos presupuestales Federales y Estatales asignados, así como créditos que podrán ser obtenidos en la Banca de Desarrollo, también pueden disponer de recursos propios integrados por el sector privado y social.

Fuentes de Financiamiento Alternativas

Para el desarrollo de las obras, programas, proyectos y acciones, se consideraron las siguientes fuentes alternativas de inversión y financiamiento:

- Inversión pública federal, estatal y municipal.
- Fondos institucionales para el mejoramiento y construcción de carreteras (SCT), mejoramiento urbano SEDESOL (Hábitat y Hábitat Turístico), SECTUR (Convenio de Reasignación de Recursos), FONATUR (Programa de calificación de proyectos de inversión).
- Esquema de asociación pública-privada para la prestación de servicios (SHCP), SCT (FONCA), Bonos de deuda.
- Banca de Desarrollo: BANOBRAS (FINFRA), BANCOMEXT, NAFIN, Financiera Rural.
- Banca Comercial
- Fondos de Inversión

Apoyos y Programas Federales

El Gobierno Federal ofrece programas y apoyos a través de las diferentes Secretarías de Estado y van encaminados al mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes, a través de acciones concretas como el mejoramiento de la infraestructura urbana, la creación de empleo a través de actividades productivas, apoyo y creación de unidades de salud para contrarrestar enfermedades, apoyos económicos y asesorías para los estados y municipios para la mejor distribución de recursos.

Programas y apoyos del Gobierno Federal para Municipios

Dependencia	Tipo de Apoyo
Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA)	Programa de Desarrollo Rural Alianza Contigo Fideicomiso de Riesgo Compartido
Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)	Programa 3x1 para Migrantes Programa HABITAT Programa Opciones Productivas Programa para el Desarrollo Local (Microrregiones) Programa de Empleo Temporal Programa del Fondo Nacional de Fomento a las Artesanías Centro comunitario de Aprendizaje (CCA) Dirección General de Desarrollo Urbano Regional Agroecología productiva Programa Opciones Productivas (POP) Programa de Rescate de Espacios Públicos

Programas y apoyos del Gobierno Federal para Municipios (Continuación)

Dependencia	Tipo de Apoyo
Secretaría de Economía (SE)	Fondo de Apoyo para la micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fondo PYME) Fondo Nacional de Apoyo para Empresas en Solidaridad (FONAES)
Secretaría de Hacienda	Fondo de Capitalización e Inversión del Sector Rural (FOCIR)
Secretaría de Educación Pública (SEP)	Programa de Becas para Madres Jóvenes y Jóvenes Embarazadas Programa de Educación Primaria para Niñas y Niños Migrantes Programa de Escuelas de Calidad
Secretaría de Gobernación (SEGOB)	Fondo de Desastres Naturales (FONDEN)
Secretaría de la Reforma Agraria (SRA)	Fondo de Apoyo a Proyectos Productivos en Núcleos Agrarios. Programa de la Mujer en el Sector Agrario.
Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)	Programa de Agua limpia Construcción y rehabilitación de sistemas de Agua Potable y Saneamiento en Zonas Rurales Programa de Agua Potable, alcantarillado y saneamiento en Zonas Urbanas
Secretaría de Salud (SSA)	Programa Comunidades Saludables
BANOBRAS	Programa de Carreteras, Vialidades, Puentes y Obras de Urbanización Programa de Equipamiento e Imagen Urbana Programa de Infraestructura para Agua, Alcantarillado y Saneamiento. Programa para la Adquisición de Vehículos, Maquinaria y Equipo Programa para la Adquisición y Habilitación de Suelo Programa para la Mejora del Catastro y Registros Públicos de la Propiedad y del Comercio. Programa para la Recolección, Disposición y Tratamiento de Basura y de Residuos Industriales
Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP)	Programa de Empleo Temporal.
Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (CONADE)	Centros del Deporte Escolar y Municipal
Comisión Nacional del Agua (CNA)	Programas de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento Programa para la Construcción y Rehabilitación de Sistemas de Agua Potable y Saneamiento en Zonas Rurales
Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONCULTA)	Fondo de Apoyo a Comunidades para Restauración de Monumentos y Bienes Artísticos de Propiedad Federal (FOREMOBA) Programa de Apoyo a la Infraestructura Cultural de los Estados (PAICE)

	Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias (PACMYC) Programa de Desarrollo Cultural Municipal.
Comisión Nacional Forestal (CONAFOR)	- Programa de Manejo Sustentable de Ecosistemas de Montaña

Fuente: Elaborado por la UAEM con base en el documento "Programas Federales para Municipios, INAFED".

Los apoyos federales para proyectos ecoturísticos forman parte de las fuentes de financiamiento que habrán de apoyar al desarrollo de las actividades turísticas en la zona de estudio. Las principales fuentes de financiamiento para proyectos alternativos se presentan a continuación:

Apoyos Federales para Proyectos de Turismo de Naturaleza

Dependencia	Programa	Tipo de Apoyo
Secretaría de Turismo (SECTUR)	Convenio de coordinación para el otorgamiento de un subsidio materia de desarrollo turístico	El tipo de apoyo es mediante la reasignación de recursos federales a las entidades federativas, los montos van de acuerdo con cada estado y con base al presupuesto de Egresos de la Federación que se autorice a la Secretaría de Turismo
Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)	Programa de empleo temporal.- ámbito funcional de ecoturismo	Construcción, ampliación y rehabilitación de infraestructura social básica: Construcción y mantenimiento de infraestructura ecoturística comunitaria; Museos comunitarios; Centros de Visitantes; Jardines botánicos; Senderos interpretativos; Señalamientos, entre otros.
Secretaría de Economía (SE)	Fondo de apoyo para la micro, pequeña y mediana empresa (FONDO PYME)	Para desarrollar proyectos turísticos: Gestión Empresarial, Estudios y Proyectos a) Estudios de mercado, factibilidad técnica y económica y planes de negocios de proyectos de inversión productiva y de sectores productivos (\$500,000); Proyectos Productivos, 2.) Infraestructura Productiva, b) Proyectos de infraestructura comercial y de servicios; c) Actividades relacionadas con el ecoturismo, turismo rural y de aventura; d) Actividades de MIPYMES relacionadas con servicios de mejoramiento ambiental, tales como: tratamiento de aguas, reciclado de residuos, desperdicios, y basura, entre otras.

Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (SEDATU)	Fondo de tierras e instalación del joven emprendedor rural	Desarrollo del talento Emprendedor rural contempla las etapas siguientes : desarrollo de talento emprendedor, fondo de tierras y proyectos e incentivo al adulto mayor
Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP)	Desarrollo Regional Sustentable (PRODESA)	Enfocados a los ejidos, comunidades, propietarios y usuarios ubicados en municipio de regiones prioritarias. Este recurso se podrá utilizar para estudios técnicos, proyecto comunitario, capacitación comunitaria y capacitación comunitaria el beneficio económico será hasta de un millón ciento sesenta mil pesos
Comisión Nacional Forestal (CONAFOR)	Gerencia de Desarrollo Forestal.- turismo de naturaleza	Enfocados en ejidos, comunidades, este apoyo es para actividades del turismo de naturaleza, sin que entren equipos motorizados ni construcción de cabañas, el apoyo máximo es de 500 mil pesos.
Fondo Nacional de Apoyos para Empresas en Solidaridad (FONAES)	Formación de Capital productivo y facultamiento empresarial.- formación de capital productivo	Enfocados a la población rural, campesinos e indígenas y grupos de áreas urbanas de sector social: los montos se distribuyen de acuerdo con los siguientes temas: a) formación de capital si es persona física de 20 a 50 mil pesos , micro empresa social 30 a 300 mil pesos , empresa social industrial hasta 600 mil pesos , b) impulso productivo de la mujer solamente apoya a grupos y va de los 30 mil pesos a 300 mil pesos c) comercializadora social un monto máximo de 1 millón de pesos
Financiera Rural	Financiamiento al sector turístico rural	Va enfocado en las comunidades del medio rural los montos de créditos se desglosan a continuación : Gastos de operación; Inversión, desde 70,000 hasta 7, 000,000 UDI's (Crédito refaccionario), el acreditado participa con el 40% del monto del proyecto; Construcción de inmuebles nuevos, desde 70,000 hasta 7, 000,000 UDI's (Crédito Simple con Garantía Hipotecaria), la aportación mínima del acreditado es del 50%.

Fuente: Elaborado por la UAEM con base en el documentos "Apoyos para el desarrollo de proyectos de turismo de naturaleza", SECTUR.

Fideicomiso de Riesgo Compartido (FIRCO)

Es una entidad paraestatal, para fomentar los Agronegocios, el desarrollo rural por microcuencas y realizar funciones de agente en programas del sector agropecuario.

Tipos de Programas con que cuenta FIRCO

Programa / Fondo	Objetivo	Uso del Apoyo Económico
PROVAR Proyecto de Apoyo al Valor Agregado de Agronegocios	Aplicar esquemas de Riesgo Compartido para la instrumentación de proyectos con visión de mercado que incorporen valor agregado a la producción primaria y/o que impulsen la utilización de Energías Renovables, articulando los programas estratégicos de la SAGARPA, mediante la prestación de servicios financieros complementarios. Promover el uso aplicación de las energías renovables, turismo de Naturaleza.	El monto otorgado para Turismo en Áreas Rurales es de hasta \$3.5 millones por proyecto: -Planes de Negocios 80% \$450,000 -Infraestructura y Equipo 70% \$3,500,000 -Certificaciones 80% \$100,000 -Promoción y Comercialización 80% \$280,000 -Gastos Preoperativos 80% \$410,000 -Empresas integradoras 80% \$150,000
PROYECTO ESTRATÉGICO DE TECNIFICACIÓN DE RIEGO	El "Proyecto Estratégico de Tecnificación del Riego", tiene como objetivo fomentar la producción de alimentos, realizando un uso sustentable de la cuenca y acuíferos, mediante la tecnificación del riego que permita el uso más eficiente y productivo del agua	Para la adquisición e instalación de sistemas de riego tecnificado nuevos para su operación dentro del predio o parcela. Se dan apoyos directos, hasta de un 50%del costo de los sistemas de riego sin rebasar \$14,000.00 por hectárea; con una poyo máximo de \$750,000.00 para personas físicas y \$1 millón de pesos para persona morales
ENERGÍA RENOVABLE	Fomentar el uso y aplicación de la energía renovable en los procesos productivos, para generar un desarrollo rural sustentable	Para el ejercicio 2004 se ejercieron los siguientes montos: a) Adquisición e instalación de sistemas de energía renovable \$9'498,540.00 y b) Desarrollo de Cursos para técnicos en energía renovable \$824,900 en 17 cursos con 621 participantes.

Fuente: Elaborado por la UAEM con base en la información publicada en el portal <http://www.firco.gob.mx>

Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)

Dentro de la Secretaría de Desarrollo Social y a través del programa del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) se busca apoyar a los artesanos de México que viven en condiciones de pobreza y que preservan técnicas y diseños tradicionales, para potenciar sus capacidades, a través del financiamiento y el estímulo a la creatividad mediante la asistencia técnica para desarrollar diseños nuevos y promover estrategias comerciales eficaces que permitan la venta adecuada de sus productos.

El artesano podrá solicitar en los Centros Regionales de FONART el apoyo de alguno de los programas sociales en cualquier momento.

El apoyo a los artesanos se hace tanto en los Centros Regionales, como por ruta, a través de la adquisición de sus productos por parte de un especialista de la Entidad que cuenta con la experiencia y conocimientos suficientes sobre las artesanías de la región que se atiende.

La selección de los artesanos que atiende el FONART estará sujeta a los siguientes criterios de elegibilidad:

- Ser productor de artesanías tradicionales o de nuevos diseños, ya sea productores individuales o que formen parte de una unidad de producción comprendida y cuyos miembros se caractericen por su condición de pobreza, de acuerdo con los criterios que emite la SEDESOL, y que requieran de apoyos en cualquiera de los supuestos siguientes:
- Poseer producción de buena calidad en términos de materias primas, procesos de trabajo y acabados.
- Tener problemas para la adecuada comercialización de sus productos debido a su aislamiento del mercado, a la utilización de materias primas que perjudican la salud o por no contar con diseños atractivos, problemática que puede ser solucionada mediante capacitación, asesoría técnica o compra de mercancías en sitio.
- Ser seleccionado por un jurado, de acuerdo con los criterios que previamente se establezcan en las convocatorias a los concursos.
- Cuando se trate de obtener un crédito por primera vez, el artesano deberá presentar:
- Sus productos o una carta de la autoridad municipal para avalar la actividad y residencia.
- Identificación oficial vigente (credencial de elector).
- Clave Única del Registro de Población (CURP).
- El artesano puede solicitar un nuevo financiamiento, siempre y cuando no tenga adeudo con el programa.

Otro de los programas de la SEDESOL para el desarrollo local (microrregiones), el cual tiene como objetivo el desarrollo de las microrregiones a través de la realización

de obras y acciones en beneficio de sus habitantes, buscando la corresponsabilidad de la población en el desarrollo social, económico y humano; y, promoviendo la equidad y enfoque de género en los beneficios del programa. Las localidades susceptibles de recibir apoyo deberán estar ubicadas en las microrregiones o en espacios territoriales, determinados con la aprobación de la SEDESOL.

- Las localidades susceptibles de recibir apoyo deberán estar ubicadas en las microrregiones, identificadas como Centro Estatal Comunitario (CEC) o áreas de influencia. Los beneficiarios del Programa son los habitantes de los espacios territoriales señalados.
- Las propuestas de inversión se presentarán a través del COPLADE a la delegación federal de la SEDESOL en el estado, instancia que, de acuerdo con el análisis técnico-normativo de cada uno de los proyectos y conforme a la disponibilidad presupuestal del Programa, informará sobre la viabilidad de los proyectos presentados en un plazo máximo de 30 días hábiles.

A continuación se presenta los programas que apoyan a la población de localidades rurales o de alta y muy alta marginación, a través de programas, con el propósito de brindar oportunidades de desarrollo personal y comunitario a los habitantes de las microrregiones.

Programa de SEDESOL

Programa / Fondo	Objetivo	Uso del Apoyo Económico
Programa para el Desarrollo Local (Microrregiones)	Opera en las microrregiones determinadas por la Secretaría de Desarrollo Social y en aquellas zonas que muestren expresiones de exclusión social o resquebrajamiento del tejido social. Estas zonas serán determinadas con la aprobación de la SEDESOL.	Microrregiones y Zonas de Alta Marginación: Accesibilidad: Obras de construcción, ampliación, rehabilitación, conservación y mejoramiento de vías de comunicación que permitan una mayor integración económica y social al interior de las microrregiones o zonas de exclusión social.- Infraestructura Social Básica. Apoyar la construcción, ampliación y rehabilitación de redes de energía eléctrica, la construcción, ampliación y rehabilitación de sistemas de agua potable y alcantarillado, la construcción y el empedrado o pavimentación de calles, urbanización, construcción de letrinas, fosas sépticas, acciones para la conservación del medio ambiente y estudios y

		<p>proyectos ejecutivos o de preinversión, entre otros.</p> <p>Desarrollo Comunitario:</p> <p>Realización de obras de construcción, ampliación, remodelación y rehabilitación de espacios públicos de esparcimiento, asistencia social, cultura y recreación, así como estancias o albergues para prestadores de servicio social comunitario de residencia que apoyen la operación de este programa.</p>
Centros Comunitarios de Aprendizaje (CCA)	<p>Establecer, equipar y consolidar unidades de capacitación, con el propósito de brindar oportunidades de desarrollo personal y comunitario a los habitantes de las microrregiones.</p>	<p>El monto federal máximo de apoyo para proyectos, será de hasta \$2,000,000 o cifra superior si se justifica, previo dictamen del Comité Único de Validación Central. Se promoverá que las inversiones federales sean complementadas con aportaciones de los gobiernos estatal y municipal y de la sociedad civil.</p>
Programa HABITAT	<p>Contribuir a ordenar el desarrollo urbano, abrir opciones de suelo para el asentamiento de las familias en situación de pobreza patrimonial y alentar la regularización de la propiedad y la titulación y registro de los activos inmobiliarios de los hogares en esa condición.</p> <p>Mejorar el hábitat de las zonas urbano marginadas y asentamientos precarios de las ciudades, así como contribuir a resolver, con la participación organizada de las comunidades, los problemas ocasionados por la segregación socio-espacial y por otros tipos de exclusión fundados, entre otros, en la condición de género, la discapacidad y el ciclo vital.</p>	<p>El monto máximo de los subsidios federales varía de acuerdo con el tipo de proyecto apoyado.</p> <p>El subsidio federal ejercido fuera de los polígonos Hábitat no deberá exceder el equivalente al 20% de los subsidios federales asignados al municipio, no podrá exceder de 3 millones 500 mil pesos por proyecto.</p>
Programa de Rescate de Espacios Públicos	<p>Contribuir a mejorar la calidad de vida y la seguridad ciudadana, preferentemente de la población en condición de marginación, mediante el rescate de espacios públicos</p>	<p>Los subsidios federales no podrán exceder \$600 mil pesos 00/100 M.N. para la modalidad Participación Social y Seguridad Comunitaria y 3 millones de pesos 00/100</p>

	en las ciudades y zonas metropolitanas.	M.N. para la modalidad Mejoramiento Físico de los Espacios Públicos.
Programa Opciones Productivas	Impulsar procesos de desarrollo a partir de una estrategia que genere opciones de ingreso para la población en condiciones de pobreza, mediante el apoyo de proyectos productivos viables y sustentables ambientalmente; así como de las actividades complementarias de asistencia técnica, formación empresarial, organización, capacitación y seguimiento, promoviendo la incorporación de los beneficiarios a las instituciones de ahorro y crédito popular u otras Instituciones e instrumentos considerados por las Leyes en la materia.	<p>Agencia de Desarrollo Local: Es de hasta \$1,500,000.00 por Plan de Trabajo. De los recursos federales autorizados para el Plan de Trabajo, con un monto máximo de \$3,000.00</p> <p>Red de Mentores: El monto anual máximo de apoyo por mentor será de \$120,000.00</p> <p>Fondo de Cofinanciamiento: Desde \$25,000 hasta \$300,000</p> <p>Apoyos Complementarios: Será de hasta el 20%, sin rebasar los \$80,000.00</p>
Programa de Empleo Temporal (PET)	<p>Contribuir a preservar el patrimonio cultural del país en zonas arqueológicas y monumentos históricos. Apoyar el mantenimiento de la red rural y alimentadora.</p> <p>Contribuir a mejorar las condiciones del medio familiar y comunitario. Capacitar a personas en condición de pérdida temporal de ingresos en actividades de formación ciudadana para la ejecución de proyectos orientados al desarrollo comunitario</p>	<p>Por haber cumplido con la corresponsabilidad, se entregará en forma monetaria por jornales equivalentes al 99 % del salario mínimo general diario vigente en la zona económica donde se desarrolle el proyecto, pagando un máximo anual de 132 jornales por beneficiario. De acuerdo a la naturaleza del proyecto y los lineamientos del Programa, se destinará 70% a mano de obra y 30% a materiales. Orientadas a favorecer a los beneficiarios en su desarrollo personal, familiar y comunitario, en congruencia con el proyecto a desarrollar</p>

Fuente: Elaborado por la UAEM con base en información publicada en internet: www.e-local.gob.mx. SEDESOL.

Secretaría de Economía (SE)

La SE cuenta con programas que cubren las necesidades del municipio, en cuanto al apoyo del desarrollo de las micros, pequeñas y medianas empresas que generan actividades productivas como la turística y se realizan dentro de la zona de estudio.

Dichos programas van encaminado a la compra de insumos fijos y mejoramiento de la calidad de producción, mediante la adquisición de maquinaria, capacitación de los trabajadores, materiales para las diferentes actividades productivas.

Apoyos de la Secretaría de Economía

Programa / Fondo	Objetivo	Uso del Apoyo Económico
Fondo de Apoyo para el Acceso al Financiamiento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (FOAFI)	Los recursos del FOAFI están integrados por subsidios federales, que serán canalizados a las MIPYMES, a través de Organismos Intermedios y podrán ser complementados por ellos. Asimismo, se destinarán bajo criterios de objetividad, temporalidad, transparencia y equidad en su utilización, de manera coordinada con otras instituciones y a través de medios eficaces y eficientes. Los recursos que la Federación otorga a las Entidades Federativas a través del FOAFI, no pierden su carácter federal y por lo tanto, su ejercicio está sujeto a las disposiciones federales aplicables.	El FOAFI podrá apoyar hasta con el 65% del costo de los planes de negocio de las MIPYMES en forma única e irrepetible por empresa. En lo que se refiere a los fondos de garantía, la aportación del FOAFI no deberá significar más del 49% del patrimonio total de cada fondo. Los fondos de garantía convenidos con la banca de desarrollo o banca comercial serán concertados con los corporativos u oficinas matrices a fin de lograr una cobertura nacional. El apoyo a los intermediarios financieros no bancarios será bajo la reserva de ser hasta por el 40% del capital social inafectable y en ningún caso será superior a 5 millones de pesos.

Fuente: Elaborada por la UAEM con información publicada en el portal de internet de la Secretaría de Economía.

Apoyos de la Secretaría de Economía (Continuación)

Programa / Fondo	Objetivo	Uso del Apoyo Económico
Instituto Nacional de la Economía Social (INAES).	Es la población rural y urbana en condiciones de pobreza, con capacidad productiva, organizativa y vocación empresarial, que tiene acceso nulo o limitado al crédito formal. Adicionalmente, el INAES canalizará apoyos a su población objetivo a través de intermediarios tales como micro financieras, fondos estatales o municipales de fomento, cajas solidarias y sus órganos de representación, entre otros. Asimismo, en los casos en que se requiera, se podrán canalizar recursos para promover el desarrollo institucional de dichos intermediarios a fin de fortalecerlos en su papel de coadyuvantes de los objetivos del INAES.	Programa por empresa 5,000.00/Mes. Programa que abarca a conjuntos de más de tres empresas de un mismo sector productivo.

Fuente: Elaborada por la UAEM con información publicada en el portal de internet de la Secretaría de Economía.

A continuación se presenta una tabla que muestra las subcategorías del Fondo PYME susceptibles para desarrollar proyectos turísticos con fines de protección y cuidado de la naturaleza, acompañadas con los montos máximos y porcentajes de apoyo de cada una de ellas.

Formación de Emprendedores y Creación de Empresas Turísticas (PYME)

Subcategoría	Conceptos	Monto Máximo	% máx. de apoyo
Formación de emprendedores y creación de empresas			
Formación de Emprendedores	Adopción y/o transferencias de metodologías	\$90,000.00	50
	Apoyo para la entrega , producción y reproducción de materiales para emprendedores	\$50,000.00	
Desarrollo de nuevas Franquicias	Transferencia del modelo	\$250,000.00	50
	Equipamiento	\$300,000.00	50
	Infraestructura	\$50,000.00	50

Capacitación y Consultaría	Capacitación en capacidades administrativas , comerciales y productivas vinculadas a programas sectoriales y regionales de competitividad	\$10,000.00	50
	Capacitación que fomente la innovación en productos materiales, procesos que proporcionen valor agregado al sector o empresas en lo individual	\$60,000.00	60
	Consultaría en capacidades administrativas, comerciales y vinculadas a programas sectoriales y regionales de competitividad	micro \$30,000 , pequeña \$35,000 , mediana \$40,000	70 , 50, 30 respectivamente
	Consultoría para la implementación de procesos innovadores con metodologías probadas que proporcionen valor agregado al sector, para grupos de empresas de un mismo sector o cadena productiva	\$1,750,000	60
Formación de Instructores y Consultores	Formación de instructores y consultores con base en las normas técnicas de competencia laboral	\$10,000.00	50
	Formación de instructores y consultores especialistas en gestión de la innovación para la atención a PILES	\$50,000.00	60

Promoción	Apoyos destinados a la promoción y realización de eventos de emprendedores, incubadoras, innovaciones y desarrollo tecnológicos y centro de desarrollo empresarial	\$400,000.00	60
------------------	--	---------------------	----

Fuente: Elaborado por la UAEM con base en la información publicada en el portal de internet de Economía.

Subcategoría	Conceptos	Monto Máximo	% máx. de apoyo
Gestión Empresarial			
Capacitación y Consultoría	Capacitación para la integración de cadenas productivas y esquemas de colaboración y asociación empresarial	\$15,000.00	50
	Consultoría para la integración de cadenas productivas y esquemas de colaboración y asociación empresarial	\$50,000.00	50
	Consultoría para la elaboración e implementación de programas de desarrollo de proveedores y redes empresariales bajo esquemas o metodologías	\$100,000.00	70
Elaboración de Metodologías, Contenidos y Materiales	Contenidos de modalidades educativas dirigidas a la integración de cadenas productivas	\$500,000.00	90
	Publicaciones de estudios relacionados con el desarrollo regional y sectorial	\$100,000.00	60
Estudios y Proyectos	Estudios de mercado factibilidad técnica y económicas y planes de negocios de proyectos de inversión productiva y de sectores productivos	\$500,000.00	50

	Programas de impacto sectorial y regional y de las acciones en apoyo al incremento de las competencias de la MIPYMES	\$1,000,000.00	50
	Estudios orientados a detonar la inversión en infraestructura pública o privada cuya realización impulse la competitividad y el crecimiento de MIPYMES	\$500,000.00	50
Promoción	Realización de encuentros empresariales y promoción de oportunidades de negocios	\$350,000.00	70
	Realización de encuentros de negocios para promover la articulación productiva y el desarrollo de proveedores	\$650,000.00	70
Bancos de Información	Aprovechamiento y conformación de bancos de información que registren la oferta y demanda de productos	\$50,000.00	50
Comercialización y Distribución de Productos	Instalación y equipamiento de puntos de ventas y comercialización	\$200,000.00	50
	Envío y manejo de productos y muestras para la promoción y comercialización de productos en los mercados	\$50,000.00	50

Capacitación y Consultoría	Capacitación empresarial a través de la impartición de cursos grupales orientados al desarrollo de productos y servicios, que identifiquen sus ventajas competitivas para facilitar su acceso a los mercados	\$10,000.00	30
	Capacitación empresarial a través de la contratación de consultores, asesores y promotores especializados en el desarrollo de productos y servicios, así como en la detección y atención de necesidades de las MIPYMES mexicanas para facilitar su acceso a los mercados	\$50,000.00	50

Fuente: Elaborado por la UAEM con base en la información publicada en el portal de internet de Economía.

Subcategoría	Conceptos	Monto Máximo	% máx. de apoyo
Fortalecimiento Empresarial			
Promoción	Organización de actividades relacionadas con giras y misiones empresariales, que faciliten el acceso a mercados	\$50,000.00	50
	Realización de encuentros de negocios siempre y cuando sean para facilitar el acceso a mercados de las MIPYMES mexicanas	\$500,000.00	50
	Renta de espacio para la participación en eventos, construcción y montaje de módulos de exhibición para la promoción	\$50,000.00	50
	Elaboración de promoción	\$50,000.00	50
	Guías empresariales	\$500,000.00	90

	Realización de eventos de promoción y difusión que fomenten el acceso a mercados de las MIPYMES mexicanas	\$50,000.00	50
Proyectos Productivos			
Infraestructura Productiva	Proyectos de infraestructura comercial y de servicios	\$1,500,000.00	50
	Actividades relacionadas con el ecoturismo, turismo rural y de aventura	\$1,500,000.00	50
	Actividades relacionadas con servicios de mejoramiento ambiental	\$1,000,000.00	50
Acceso al financiamiento			
Elaboración de Estudios y Proyectos	Orientados a detonar la inversión pública y/o privada, para la creación y/o desarrollo de las MIPYMES	\$500,000.00	70

Fuente: Elaborado por la UAEM con base en la información publicada en el portal de internet de Economía.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público con el fin de Apoyar la capitalización, fusión, adquisición y desinversión del sector con servicios integrales de inversión y detonar la inversión privada nacional y extranjera para el sector, para Impulsar y contribuir al desarrollo de una cultura de capital de riesgo en el sector rural. Incorporando mejores prácticas corporativas y apoyar a la Cama Mexicana de la Industria de la Construcción en sus acciones para fomentar una cultura de capital de inversión, ofreciendo asesoría y consultoría especializada.

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)

A continuación se desglosan los programas que tiene SEMARNAT para las necesidades prioritarias del municipio.

Dichos programas van encaminados al mejoramiento y preservación de los recursos naturales del municipio, como por ejemplo el mejoramiento de la infraestructura y calidad del agua.

Programa y fondos de la Comisión Nacional de Agua (SEMARNAT)

Programa / Fondo	Objetivo	Uso del Apoyo Económico
Fondo de Capitalización e Inversión del Sector Rural” (FOCIR)	Promover el financiamiento a proyectos productivos de las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas que fomenten e integren cadenas productivas; incrementen su competitividad; promuevan su fortalecimiento, y generen negocios de alto valor agregado, a partir de la aplicación de conocimientos y avances tecnológicos.	<p>Las propuestas y solicitudes de financiamiento deberán considerar las características siguientes:</p> <p>a) Monto máximo de financiamiento: un millón de pesos, sin rebasar el 35% del costo total del concepto sujeto a un Monto mínimo de financiamiento: \$250,000;</p> <p>b) Aportación mínima de la MIPYME: 30% del costo total del concepto sujeto a financiamiento.</p> <p>Tasa de interés 6% anual, pagadera mensualmente.</p> <p>Comisión máxima por apertura: 2.5% por única ocasión. Plazo del financiamiento: 3 a 4 años, incluyendo un periodo de gracia de hasta un año en capital e intereses, y/o. Garantía prenda del bien adquirido, garantía sustituta o aval.</p>

Fuente: Elaborado por la UAEM con información publicada en Internet <http://www.focir.gob> SEMARNAT

Programa y Fondos de la CNA (SEMARNAT)

Programa / Fondo	Objetivo	Uso del Apoyo Económico
Programa de Agua Limpia	<p>Instalación o reposición de equipos de desinfección, el apoyo se dará preferentemente en localidades de alta y muy alta marginación y podrá ser hasta de 50% del monto que, en su caso, se convenga en los anexos de ejecución y técnicos para esta acción.</p> <p>Para el suministro de hipoclorito y el monitoreo de cloro residual libre, el apoyo podrá ser hasta por el 30% de la aportación parcial de esta acción autorizada en la mezcla de recursos que se convenga en los Anexos de Ejecución y Técnico.</p> <p>Para ejecutar operativos preventivos contra enfermedades diarreicas, el apoyo podrá ser hasta por el 30% de la aportación parcial de esta acción autorizada en la mezcla de recursos que se convenga en los Anexos de Ejecución y Técnico.</p>	<p>El monto máximo autorizado en este programa para las acciones relativas a los equipos de desinfección, adquisición de químicos para desinfección, monitoreo de cloro, operativos preventivos y protección de fuentes de abastecimiento es de \$24'588,547.</p> <p>Para promover y consolidar la cultura del buen uso y preservación del agua, incluyendo la adquisición de material, equipo y mobiliario, el monto máximo autorizado en este programa es de \$5'093,100.</p> <p>Para estas acciones de cultura del agua, el apoyo federal podrá ser hasta de 50% En las acciones de este programa, los Gobiernos de los Estados podrán aportar mayores recursos a los acordados con la CNA, sin embargo, si los estados, municipios y usuarios no aportan los recursos económicos a los que se comprometieron, los recursos federales previstos podrán ser reasignados.</p>
Construcción y rehabilitación de Sistemas de Agua Potable y Saneamiento en Zonas Rurales.	<p>Este programa está dirigido a responder a las necesidades de la población rural de México sin sustituir al Estado y al Municipio en sus responsabilidades constitucionales. Por tanto, para su adecuada operación como Programa de Agua Potable y Saneamiento en Zonas Rurales se requiere de una relación estrecha entre los tres órdenes de gobierno</p>	<p>Los recursos federales por el presente ejercicio fiscal en este programa podrán ser de hasta \$523'850,000 monto que deberá complementarse con la inversión aportada por los estados y municipios participantes. Para el financiamiento de este programa, el Gobierno Federal podrá otorgar apoyos hasta de 42% de la inversión convenida, a excepción de las localidades de alta y muy alta marginación</p>

<p>Programa de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento en Zonas Urbanas</p>	<p>Este programa tiene el objetivo apoyar a los Estados y Municipios conforme a los componentes establecidos en las presentes reglas, apoyar el fortalecimiento y la consolidación de los Organismos Operadores responsables de la administración y operación de los servicios.</p> <p>Eliminar gradualmente los subsidios que otorga el Gobierno Federal a través de la CNA en materia de agua potable, alcantarillado sanitario y saneamiento.</p> <p>Orientar los subsidios hacia acciones para el mejoramiento de la eficiencia física, comercial y financiera, a la ampliación de la cobertura de los servicios de agua potable y alcantarillado, así como al desarrollo de infraestructura de saneamiento que contribuya a mejorar las condiciones del medio ambiente, preferentemente en aquellas acciones que aminoren la contaminación de los cuerpos receptores.</p>	<p>Los recursos federales que se otorgan para el presente ejercicio fiscal en este programa podrán ser de hasta \$870'000,000. Los apoyos de este programa no podrán sustituir la aportación de los beneficiarios de otros programas de la CNA o de otros programas federales. Asimismo, no se otorgarán apoyos para complementar proyectos considerados en otros programas que involucren recursos públicos que tengan el mismo fin. Lo anterior, será vigilado por cada Subcomité Estatal.</p>
<p>Programa de Desarrollo Institucional Ambiental</p>	<p>Ayudar a que los Gobiernos Estatales cuenten con un PEFI que identifique las capacidades institucionales de gestión ambiental al término del año en que se autoricen los recursos. Apoyar el Proceso de Fortalecimiento de la Gestión Ambiental, mediante el financiamiento, de acuerdo a las disponibilidades presupuestarias, de las acciones contenidas en los PEFI. Lograr incrementar la coordinación y cooperación que asegure una mayor pertinencia, eficacia y flexibilidad en la gestión ambiental del país.</p>	

Fuente: Elaborado por la UAEM con información publicada en Internet de SEMARNAT.

Secretaría de Turismo Federal (SECTUR)

A continuación se describen los programas de apoyo empresarial de la Secretaría de Turismo que pudieran apoyar las necesidades del municipio en la zona de estudio.

Los programas con que cuenta la SECTUR son los siguientes:

- Programa de Modernización de las Pequeñas y Medianas Empresas Turísticas.
- Programa de Financiamiento a la Actividad Turística (Crédito de Segundo Piso).
- Servicios Promocionales del Consejo de Promoción Turística de México.
- Programa de Financiamiento a Pymes Turísticas con Financiera Rural.
- Pueblos Mágicos.

Programa de Modernización de las Pequeñas y Medianas Empresas Turísticas.

El programa tiene como objetivo fortalecer la modernización de las pequeñas y medianas empresas turísticas, a fin de contribuir a la mejora en sus procesos, la prestación de mejores servicios y la satisfacción de las expectativas de los turistas.

Se otorgan apoyos a las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) turísticas a nivel nacional en los siguientes rubros:

Programa de Modernización de las Pequeñas y Medianas Empresas Turísticas. SECTUR

Programa	Tipo de Apoyo	Criterios de Elegibilidad
Distintivo H	Apoya la implantación de procesos en el manejo higiénico de los alimentos, a través de instructores registrados por la Secretaría de Turismo y con base en la Norma Mexicana NMX-F-605-NORMEX-2000, lo que permitirá obtener el Distintivo "H".	No pertenecer a cadenas o franquicias, tener menos de 100 empleados, estar legalmente constituidos y que el giro de la empresa sea: hoteles (2 a 4 estrellas), restaurantes y agencias de viajes.
Programa Nacional de Capacitación Turística	Se proporcionan cursos de capacitación para la formación del Recurso Humano, dirigido a Restaurantes y Hoteles.	
Sistema de Administración de la Capacitación en Turismo	Herramienta tecnológica para impulsar la vinculación de la oferta y la demanda de servicios de Capacitación Turística a nivel nacional a través del registro y la consulta vía Internet.	

Taller de Sensibilización del Programa de Calidad MODERNIZA	Al finalizar el taller el participante conocerá los beneficios que les otorga la implementación del Programa de Calidad MODERNIZA, en su empresa se ofrece en dos modalidades Tutorial y Presencial.
Programa de Capacitación y Modernización para Restaurantes (PROMODE)	Proporcionar a los micro, pequeños y medianos empresarios de alimentos y bebidas los elementos prácticos para brindar un mejor servicio, operar su empresa y controlar los costos de sus productos.
Programa de Capacitación y Modernización de Empresas (PROMODE)	Proporcionar a empresas del sector comercio, formación administrativa de manera directa, sencilla y accesible.
Programa de Calidad Moderniza (Distintivo M)	Apoyar a los empresarios del sector turístico, para conducir la dirección de sus negocios hacia la modernización; mediante la implementación de sistemas de gestión y estándares de calidad y servicio de clase mundial; a fin de satisfacer las necesidades de sus clientes internos y externos y alcanzar una mayor rentabilidad y competitividad.
Formación de Consultores "M"	A fin de implementar el Programa de Calidad MODERNIZA, al mayor número de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas Turísticas a nivel nacional, La Secretaría de Turismo ofrece capacitación para la Formación de Consultores Especializados y registrados por la SECTUR, lo que permitirá un efecto multiplicador para la atención inmediata a las empresas interesadas en implementar el sistema.

Fuente: Elaborado por la UAEM con información publicada en el Internet: www.sectur.gob.mx

Programa de Financiamiento a la Actividad Turística (Crédito de Segundo Piso)

El programa de Crédito de segundo piso, se otorgado a través de la banca comercial a proyectos ubicados en la República Mexicana. Cuyo objetivo es fomentar el desarrollo y fortalecimiento de las empresas pequeñas, medianas y grandes del sector turismo.

Los beneficiarios son los oferentes de servicios turísticos de la República Mexicana.

Los criterios de elegibilidad: Proyectos turísticos que demuestren viabilidad de mercado, técnica y financiera. Los prospectos podrán ser personas físicas o morales relacionadas con la actividad turística.

Se requiere que el inversionista y/o el Banco, presenten la solicitud correspondiente, junto con toda la información requerida. Una vez autorizada la solicitud, se informa a ambas partes y se procede a realizar el descuento.

Costos al beneficiario. Los correspondientes al Banco de primer piso por concepto de comisiones, otros gastos y tasa de interés vigentes en la fecha de la operación.

Servicios Promocionales del Consejo de Promoción Turística de México.

El Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V. es una empresa de participación estatal mayoritaria, que tiene como objetivo promocionar integral y competitivamente a México, con sus productos y destinos, a nivel nacional e internacional, con la participación de todos los actores de la actividad turística.

Sus actividades están orientadas a desarrollar programas y campañas de promoción turística que comuniquen una imagen positiva de México que lo posicionen como multidesino y multiproducto en las preferencias del consumidor.

Para cumplir con su objetivo, el CPTM realiza los siguientes programas:

Programa de Servicios Promocionales del CPTM

Programa	Tipo de Apoyo	Criterios de Elegibilidad
Campañas de Promoción	Están fundamentadas en estudios de mercado, análisis de uso de medios de los consumidores y evaluaciones de impacto de los mensajes.	El acceso a cada programa o servicio dependerá de las propias políticas de funcionamiento de los mismos.

	<p>Campañas de Publicidad en Norteamérica y Sudamérica: Promover los atractivos y servicios turísticos de México, en los mercados de los Estados Unidos de América y Canadá, así como en Argentina, Brasil y Chile.</p> <p>Campaña de Publicidad en Europa y Asia: Promover los atractivos y servicios turísticos de México, en los mercados primarios de Europa Occidental (España, Alemania, Francia, Italia y Reino Unido), secundarios de Europa Occidental (Portugal, Bélgica, Holanda, Austria, Suecia y Suiza, mercados emergentes en Europa. Las acciones realizadas en Asia son coordinadas y operadas entre la Oficina del CPTM en Japón y las Oficinas Centrales, en México. La participación del mercado asiático se ha dado a través de viajes de familiarización, exposiciones, caravanas y seminarios.</p> <p>Campaña Institucional: Fortalecer y consolidar el conocimiento de México como un destino seguro, con una gran variedad de atractivos y servicios turísticos que estimule el interés en visitar y viajar hacia nuestro país.</p> <p>Programas Cooperativos: Potenciar la inversión promocional con la participación de entidades federativas, destinos, líneas aéreas, cadenas hoteleras, touroperadores, oficinas de convenciones y otros socios comerciales del sector privado.</p>	
--	---	--

<p>Ferias y Eventos</p>	<p>El objetivo de la Dirección de Ferias y Eventos del Consejo de Promoción Turística de México, es identificar los escenarios más propicios para la difusión de la imagen de México, así como asistir en la comercialización de los productos y servicios turísticos que la industria nacional ha desarrollado.</p> <p>Nacional: Tianguis Turístico, el evento más importante de la industria turística mexicana, altamente especializado y vanguardista, basado en el manejo de citas preestablecidas y consolidado como la plataforma promocional turística más importante en toda Latinoamérica.</p> <p>Internacional: eventos de participación plural y multinacional, utilizados para instalar en un solo espacio de exhibición la presencia promotora de México como la mejor opción para viajar. El pabellón de México es el punto de contacto y medio para comunicar el mensaje del Gobierno de la República y la Industria Turística Nacional al mundo.</p>	<p>El acceso a cada programa o servicio dependerá de las propias políticas de funcionamiento de los mismos.</p>
--------------------------------	---	---

Fuente: Elaborado por la UAEM con base en información publicada en el portal de internet de la SECTUR.

Programa de Financiamiento a Pymes Turísticas con Financiera Rural

El crédito es otorgado por Financiera Rural, S.N.C. a proyectos ubicados en la República Mexicana. Su objetivo es fomentar el desarrollo y fortalecimiento de Pymes turísticas que normalmente no pueden acceder a créditos bancarios.

Los montos por sujeto de crédito serán:

- Gastos de Operación: desde **7,000** hasta **200,000** UDI's (Crédito Simple y/o Cuenta Corriente). El acreditado debe participar con 30% del valor del proyecto.
- Inversión: desde **70,000** hasta **7,000,000** UDI's (Crédito Refaccionario). El acreditado participará con el 40% del monto del proyecto.
- Remodelación y/o Ampliación: desde **70,000** hasta **7,000,000** UDI's (Crédito Simple con Garantía Hipotecaria). La aportación mínima del cliente será de 40%.

- Construcción de Inmuebles Nuevos: desde **70,000** hasta **7,000,000** UDI's (Crédito Simple con garantía hipotecaria). El acreditado participará con al menos el 50% del valor del proyecto.

Los Beneficiarios son las Pymes turísticas rurales ubicadas en la República Mexicana.

El apoyo está orientado a Pymes turísticas ubicadas en comunidades rurales de hasta 50,000 habitantes que cuenten con viabilidad de mercado, técnica y financiera. Los prospectos podrán ser personas físicas o morales relacionadas con la actividad turística.

Se requiere que el inversionista y/o el Banco, presenten la solicitud e información correspondiente a Fonatur para que dictamine su factibilidad de mercado, técnica y financiera como requisito para que Financiera Rural otorgue los recursos una vez que se cumpla con la normatividad correspondiente de otorgamiento de crédito.

Instituto Nacional de Desarrollo Social (INDESOL)

A continuación se desglosa el programa que tiene el INDESOL para las necesidades prioritarias del municipio, el cual otorga recursos para la desarrollo de zonas vulnerables con el objeto de mejorar las condiciones de pobreza de los habitantes.

Programa de INDESOL

Programa / Fondo	Objetivos (s)	Uso de Apoyo Económico
Social de Coinversión	Impulsar la corresponsabilidad con actores sociales. Fomentar el desarrollo social e integral de población en pobreza o situación de desigualdad. Promover distribución equitativa de recursos. Crear oportunidades para la población excluida. Mejorar sus condiciones de vida.	Organizaciones Sociales, ONG's y comunitarias, establecidas y registradas. Los proyectos deben beneficiar a la población en pobreza, vulnerable, marginada o en desigualdad o exclusión.
Desarrollo Regional Sustentable	Propiciar el desarrollo sustentable de las regiones del país tomando como punto de partida las diversas potencialidades humanas y naturales de los territorios y reforzando la generación de capital social, que permita el trabajo coordinado y la creación de sinergias entre los actores sociales que impulsan el desarrollo local y la igualdad de oportunidades de la población.	El monto máximo de aportación del PCS por proyecto será de:

		<p>◦ \$350,000.00 si la totalidad de acciones del proyecto se desarrollan en al menos dos de los ciento veinticinco municipios con menor índice de desarrollo humano del país o bien, si el proyecto incide en un municipio de éstos y al menos en uno de los municipios circundantes que sea zona de atención prioritaria, de acuerdo a lo señalado en las páginas electrónicas ubicadas en www.microrregiones.gob.mx/documentos/100/mpios125.pdf y http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5123043&fecha=07/12/2009.</p> <p>◦ \$250,000.00 (doscientos cincuenta mil pesos 00/100 M.N.) si mínimo el 75% de las acciones del proyecto se desarrollan en al menos dos municipios ubicados en las zonas de atención prioritaria publicadas en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 7 de diciembre de 2009 http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5123043&fecha=07/12/2009.</p> <p>◦ \$200,000.00 (doscientos mil pesos 00/100 M.N.) para cualquier otra área geográfica.</p> <p>El porcentaje de coinversión de los Actores Sociales deberá ser cuando menos el veinte por ciento del costo total del Proyecto y podrá ser en términos monetarios y no monetarios.</p>
Promoción General	Promover y apoyar proyectos que generen capital social, a través del fortalecimiento de los actores sociales que impulsen el desarrollo humano sustentable para mejorar las condiciones y calidad de vida de grupos en situación de vulnerabilidad.	<p>El monto máximo de aportación por proyecto será de:</p> <p>\$400,000.00, si incide al 100% en algún(os) de los ciento veinticinco municipios con menor índice de desarrollo humano del país de acuerdo a lo señalado en la página electrónica ubicada en www.microrregiones.gob.mx/documentos/100/mpios125.pdf.</p>

		<p>\$300,000.00 si el proyecto incide al 100% en municipios ubicados en las zonas de atención prioritaria, las cuales se podrán consultar en la página electrónica http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5123043&fecha=07/12/2009.</p> <p>\$200,000.00 para cualquier área geográfica.</p> <p>El porcentaje de coinversión de los Actores Sociales deberá ser cuando menos el veinte por ciento del costo total del Proyecto y podrá ser en términos monetarios y no monetarios.</p>
<p>Promoción de Desarrollo Rural Sustentable</p>	<p>Impulsar el desarrollo del sector rural mexicano por medio de acciones sustentables que permitan explotar su potencial cultural y productivo, a partir de la ampliación del capital social de la población rural.</p>	<p>El monto máximo de aportación por proyecto será de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ \$350,000.00 si la totalidad de acciones del proyecto se desarrollan en al menos dos de los ciento veinticinco municipios con menor índice de desarrollo humano del país, de acuerdo a lo señalado en la página electrónica ubicada en www.microrregiones.gob.mx/documentos/100/mpios125.pdf. ◦ \$250,000.00 si mínimo el 75% de las acciones del proyecto se desarrollan en al menos dos municipios ubicados en las zonas de atención prioritaria. http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5123043&fecha=07/12/2009. ◦ \$200,000.00 para cualquier otra área geográfica. <p>El porcentaje de coinversión de los Actores Sociales deberá ser cuando menos el veinte por ciento del costo total del Proyecto y podrá ser en términos monetarios y no monetarios.</p>

Fuente: Elaborado por la UAEM con información publicada en el Portal de Internet de INDESOL.

Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR)

El Fondo tiene cuatro programas de apoyo empresarial y son los siguientes:

- Programa de Calificación de Proyectos.
- Programa de Coinversiones.
- Programa de Asistencia Técnica.

Programa de Calificación de Proyectos

Este programa consiste en la evaluación y dictamen respecto a la capacidad de pago y factibilidad de éxito, de los proyectos de inversión turística que se presenten al Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), donde se analizan todos los aspectos fundamentales de éstos, como son: mercado, aspectos técnicos constructivos, la operación, la infraestructura del sitio donde se establecerá el negocio y el análisis financiero.

- Se dictamina la consistencia y el sustento de las premisas de evaluación de los proyectos solicitantes de financiamiento y se determina su nivel de riesgo.
- Se facilita el acceso del crédito bancario a la empresa turística, dando elementos de apoyo técnico, financiero y de mercado.
- Se incentiva la participación de la banca en el otorgamiento de crédito a la empresa turística, reduciendo el riesgo del sector.
- Se coadyuva a la generación de empleos, desarrollo regional y captación de divisas.

Los beneficiarios son todos los oferentes de servicios turísticos, inversionistas e instituciones financieras.

Se considerarán elegibles de ser calificados, todos aquellos proyectos relacionados con la actividad turística sin importar su ubicación geográfica dentro de la República Mexicana. Se requiere que el inversionista presente un proyecto completo, con sus respectivos apartados de mercado, técnico arquitectónico, operativo y financiero. Asimismo que presenten una estructura financiera equilibrada (recursos de los inversionistas y crédito solicitado), el tiempo de respuesta es de 3 semanas, una vez entregada la documentación completa.

Se tiene establecido un costo de recuperación dependiendo del monto del crédito solicitado. Para montos inferiores a \$2.0 millones de dólares (MDD) el costo es de **\$3,500** dólares más IVA. Para montos de crédito de 2.0 MDD en adelante, el costo es de \$5,000 dólares más IVA. La factura correspondiente es emitida por FONATUR.

Programa de Coinversiones

Asociación de FONATUR con inversionistas del sector, para el desarrollo de proyectos turísticos viables. Su objetivo es contribuir a consolidar los Centros Integralmente Planeados de FONATUR y de aquellos destinos turísticos en donde el Fondo tenga reserva territorial a través de la promoción de proyectos rentables que generen empleos, capten divisas y fomenten el desarrollo regional. La aportación de FONATUR es en especie y consiste en los terrenos, estudios y proyectos por un equivalente de hasta el 25% de la inversión total del negocio. Esto permite que el inversionista no distraiga recursos financieros necesarios para la obra y contar con el respaldo y experiencia de FONATUR en el desarrollo del proyecto y gestión de créditos.

Los beneficiarios son todos aquellos inversionistas del sector, es decir, hoteleros, restauranteros, dueños de campos de golf, condominios y villas, etc.

Son elegibles proyectos turísticos que demuestren viabilidad de mercado, técnica y financiera. Los prospectos podrán ser personas físicas o morales con solvencia económica y moral.

Se requiere que el inversionista presente la solicitud correspondiente, junto con toda la información requerida. Una vez evaluado tanto al inversionista como al proyecto, se procede a formalizar la asociación en caso de resultar positiva la evaluación, el acceso al programa no tiene costo.

Programa de Asistencia Técnica

Bajo este programa, FONATUR apoya a todo aquel inversionista que requiera asesoría sobre la formulación y estructuración de su proyecto de inversión turística para la gestión de créditos bancarios.

Los beneficiarios son todos los inversionistas del sector.

Son elegibles cualquier proyecto de inversión turística, como; Hoteles; restaurantes, campos de golf, condominios hoteleros, etc.

Se requiere que el inversionista se presente en las instalaciones de FONATUR, con su respectivo proyecto sin importar la etapa de desarrollo en que se encuentre y los beneficiarios no tendrán que pagar nada.

Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP)

A continuación se describe el programa que tiene la CONANP para las necesidades prioritarias del municipio de la zona de estudio.

Programas de la CONANP

Programa / Fondo	Objetivo	Uso de Apoyo Económico
Desarrollo Regional Sustentable (PRODESA)	Impulsar la planeación regional descentralizada, participativa y democrática hacia un desarrollo regional sustentable, disminuyendo la pobreza, impulsando la producción y el ingreso de los habitantes.	Ejidotes, comunidades y productores en Regiones Prioritarias, sociedades y/o personas morales propietarias o poseedoras de terrenos rurales en localidades de hasta 15,000 habitantes. Usuarios de Regiones Prioritarias cuya fuente de ingresos sea el aprovechamiento de recursos naturales y que demuestren "permanencia" durante los últimos 4 años.

Fuente: Elaborado por la UAEM con base en información publicada en internet de la CONANP

BANOBRAS

BANOBRAS otorga asistencia técnica y de financiamiento a los Municipios en los apartados siguientes:

- Agua, Alcantarillado y Saneamiento
- Carreteras, Vialidades, Puentes y Obras de Urbanización
- Recintos Fiscalizados Estratégicos
- Adquisición y Habilitación de Suelo
- Adquisición de Vehículos, Maquinaria y Equipo
- Equipamiento e Imagen Urbana
- Proyectos de Generación y Ahorro de Energía
- Catastro y Registros Públicos de la Propiedad y del Comercio
- Recolección, Disposición y Tratamiento de Basura y de Residuos Industriales
- Distribución de Gas Natural.

A continuación se desglosan los programas que tiene BANOBRAS para el mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes a través del mejoramiento de la infraestructura urbana.

Programas de BANOBRAS

Programa / Fondo	Objetivo	Uso de Apoyo Económico
Infraestructuras para agua potable, alcantarillado y saneamiento	<p>Financiar proyectos que cubran los rezagos existentes y atiendan las demandas de crecimiento de la población, mediante la construcción, rehabilitación y ampliación de los sistemas de agua potable, alcantarillado y saneamiento.</p> <p>Profundizar en la modernización de los servicios mediante la creación y/o consolidación de organismos operadores municipales, regionales y estatales, con carácter descentralizado.</p> <p>Contribuir a mejorar las condiciones del medio ambiente dando prioridad a las acciones encaminadas a aminorar el impacto ambiental negativo.</p>	<p>Se financian acciones de captación (incluye perforación de pozos), plantas de bombeo; conducción; potabilización, almacenamiento, regulación y distribución; al alcantarillado se financian acciones de descargas domiciliarias, red de atarjeas, subcolectores, emisores, drenaje pluvial, cárcamos de bombeo y estructuras de control a saneamiento como estructuras para la disposición de agua residual tratada; plantas de tratamiento primario y secundario y se ofrece una línea de crédito contingente y revolvente.</p>

<p>Residuos sólidos obra civil y adquisición de equipo</p>	<p>Apoyar las políticas federales, estatales y locales orientadas al manejo, transporte, tratamiento y disposición final de los residuos sólidos, contribuyendo al desarrollo sustentable y a la protección y conservación del medio ambiente, así como al fortalecimiento de los municipios y al desarrollo urbano y regional.</p> <p>Promover el reuso, reciclaje y reducción de los residuos sólidos, asimismo proporcionar la asistencia técnica requerida para el aprovechamiento racional de los recursos humanos, materiales y financieros.</p> <p>Fortalecimiento de las áreas administrativo, técnico, de operación, de regulación y mantenimiento de los sistemas de aseo urbano.</p>	<p>Proporciona asistencia financiera para el fortalecimiento institucional y asistencia técnica para fortalecer la capacidad de gestión de los recursos humanos.</p> <p>Optimizar el uso de los recursos materiales, financieros y tecnológicos de los prestadores de servicios.</p> <p>Obra civil construcción y/o acondicionamiento de sitios de disposición sanitaria; clausura de tiraderos a cielo abierto; construcción de caminos de acceso, estaciones de transferencia, rellenos sanitarios, plantas de reciclaje, composta e incineración.</p> <p>Adquisición de equipo: vehículos y equipo para barrido, recolección y transferencia de residuos sólidos municipales para manejo, tratamiento y disposición sanitaria de residuos sólidos.</p>
<p>Infraestructura básica</p>	<p>Apoyar con financiamiento la construcción, ampliación, mantenimiento, rehabilitación, modernización y/o operación, de las obras de infraestructura básica (ferrocarriles, telecomunicaciones, urbanización, redes de gas doméstico, redes telefónicas y carreteras de alta especificación), así como el equipamiento necesario para llevar a cabo estas acciones, para permitir la prestación de los servicios en forma segura, eficiente, con calidad y una mayor diversidad.</p>	<p>Se puede financiar la elaboración de los estudios y proyectos necesarios que permitan sustentar la viabilidad técnica, económica, financiera y de impacto ambiental de aquellas acciones relacionadas con la ejecución de las obras o adquisiciones de los servicios</p>

Maquinaria y equipo	<p>Apoyar financieramente a los gobiernos estatales, municipales, organismos descentralizados y empresas concesionarias de servicios públicos en tres aspectos principales: a) La adquisición de la maquinaria y equipo, b) La construcción, ampliación, rehabilitación y/o, c) Modernización de los inmuebles públicos orientados a una mejor prestación de los servicios públicos.</p>	<p>A través de este Programa, se puede financiar la elaboración de los estudios y proyectos necesarios que permitan sustentar la viabilidad técnica, económica, financiera y de impacto ambiental de aquellos proyectos o acciones relacionados con las obras o acciones de servicios urbanos que deben respaldar Planes o Programas de Desarrollo Urbano Locales, o Programas Parciales de Desarrollo.</p>
Infraestructura vial	<p>Mejorar la calidad y eficiencia del sistema de transporte urbano.</p> <p>Contribuir al ordenamiento, modernización y conservación de la infraestructura vial.</p> <p>Contribuir al control y disminución de los niveles de contaminación ambiental.</p> <p>Incrementar la eficiencia del transporte público urbano.</p> <p>Fortalecer la capacidad institucional de las autoridades estatales y municipales.</p>	<p>Se puede financiar la elaboración de los estudios integrales de transporte urbano para determinar la problemática, la estrategia para su atención, la programación y el presupuesto de las acciones propuestas así como los proyectos ejecutivos y el fortalecimiento institucional de las áreas responsables del sistema de transporte urbano.</p>
Infraestructura vial urbana	<p>Mejorar la calidad y eficiencia del sistema de transporte urbano. Contribuir al ordenamiento, modernización y conservación de la infraestructura vial.</p> <p>Incrementar la eficiencia del transporte público urbano.</p> <p>Fortalecer la capacidad institucional de las autoridades estatales y municipales. Contribuir al control y disminución de los niveles de contaminación ambiental.</p>	<p>Permite la construcción, mejoramiento y conservación de la red vial primaria y secundaria; construcción de puentes y de calles para acceso a colonias populares. Mejoramiento de la operación del tránsito, mediante la construcción de calles, pasos y puentes peatonales, construcción de estacionamientos públicos, señalamiento y semaforización, mejoramiento de intersecciones, paraderos y carriles exclusivos para autobuses</p>

<p>Electrificación, Alumbrado y Cogeneración de energía eléctrica.</p>	<p>Ampliar la cobertura de los servicios de electrificación y alumbrado público para mejorar las condiciones de vida y de seguridad de los habitantes y del tránsito vehicular. Reducir los egresos de las administraciones locales en los rubros de facturación por consumo de energía eléctrica, a través de la eficientización de los sistemas eléctricos a su cargo: alumbrado público, bombeo municipal e inmuebles públicos.</p> <p>Identificar y aprovechar las fuentes alternas de energía locales, para generar electricidad en la modalidad de autoabastecimiento público.</p>	<p>La sustitución de los elementos eléctricos instalados, por modelos más eficientes, como lámparas, balastos, motores y equipos.</p>
<p>Imagen urbana</p>	<p>Apoyar a los gobiernos estatales y municipales en la obtención de recursos para mejorar la imagen urbana de sus poblaciones.</p> <p>Reforzar las acciones de planeación del desarrollo urbano.</p> <p>Rescatar zonas de valor patrimonial, inmobiliario, histórico y artístico</p>	<p>Imagen urbana: análisis socioeconómico, mercado, leyes, reglamentos.</p> <p>Análisis histórico y artístico del monumento, identificación de los procesos de edificación, alteraciones, daños; factibilidad financiera, proyectos ejecutivos; etcétera.</p> <p>Equipamiento: plazas, parques, edificios públicos, espacios abiertos, áreas verdes, estacionamientos, etcétera.</p> <p>Inmuebles: Vivienda; iglesias, conventos, edificios históricos, etcétera.</p> <p>Mobiliario Urbano: Bancas; postes, paradas de autobuses, semáforos, kioscos, buzones, basureros, etcétera.</p> <p>Señalamiento: Nomenclatura; sentidos de las calles, ubicación de inmuebles, etcétera</p>

<p>Línea global para equipamiento y obras públicas de gobiernos estatales y municipales</p>	<p>Apoyar a los gobiernos locales con financiamiento ágil para la realización de obras con carácter productivo consideradas en sus programas de inversión anual, que les permita cumplir en tiempo con las metas preestablecidas y con los compromisos derivados de sus planes de desarrollo estatal o municipal.</p>	<p>Consideran además de la sustitución de elementos eléctricos, la rehabilitación e instalación de componentes auxiliares de los sistemas, como fotocontroles, luminarias, controladores, cableado, sistemas mecánicos para el bombeo, motores de velocidad variable, entre otros.</p>
--	---	--

Fuente: Elaborado por la UAEM con información publicada en el portal de internet de www.banobras.gob.mx

Diez pasos para acceder al crédito de BANOBRAS

- a) Para contratar un crédito BANOBRAS se requiere ser Gobierno Federal, Estatal, Municipal o del Distrito Federal; entidad paraestatal o para el municipio; o concesionario privado o social de algún servicio público.
- b) Se debe presentar una solicitud de crédito acompañada por:
 - La autorización del solicitante y, en su caso, del deudor solidario para consultar su situación en el Buró de Crédito. Las entidades paraestatales y/o municipio deberán contar con la deuda solidaria del Gobierno Estatal o Municipal.
 - Información detallada de los ingresos y egresos del solicitante y, en su caso, del deudor solidario, de los dos últimos ejercicios anuales y presupuestos. En su caso, estado actual de la deuda del solicitante y, de ser necesario, del deudor solidario. Información detallada de los proyectos a financiar.
 - Contar con un sano historial crediticio y con capacidad de endeudamiento. Esta última será calculada, de manera prudencial por BANOBRAS, con base en la información de las finanzas del solicitante.
- c) Para garantizar que los proyectos sean terminados, se requiere acreditar la existencia de fuentes complementarias de recursos, en el caso de que dicho proyecto o proyectos se vayan a financiar de manera parcial con recursos crediticios.
- d) En el caso de los municipios, obtener autorización de su Cabildo para la contratación del crédito y para la afectación en garantía de las participaciones que en los ingresos federales correspondan al solicitante. Los organismos paraestatales y para el Municipio deberán contar con la autorización de sus órganos de Gobierno.
- e) Obtener en caso de que la legislación local lo requiera, la autorización del Congreso Local para la contratación del crédito y para la afectación en garantía de las participaciones que en ingresos federales correspondan al solicitante.
- f) Cumplir con los requisitos adicionales que establezca la legislación estatal para contratar empréstitos con instituciones del sistema bancario nacional.
- g) Firmar un contrato de apertura de crédito e inscribirlo en los Registros de Deuda Pública Estatal y Federal.

- h) Formalizar el mecanismo para la afectación de las garantías.
- i) Disponer de recursos.

Apoyos Estatales

Con el fin de lograr los objetivos y estrategias trazados en el Programa Estatal de Turismo, Estado de Morelos 2007-2012, las distintas dependencias de gobierno generaron programas que permiten el apoyo estatal a los municipios en proyectos de interés municipal.

En el ámbito estatal, la dependencia que está encargada de financiar proyectos, programas en materia de turismo, en el Estado de Morelos son las siguientes:

- Secretaría de Economía.
- Fideicomiso Turismo Morelos

Secretaría de Economía

A continuación se describe el programa que tiene la Secretaría de Economía, en materia de turismo, con el propósito de fortalecer el desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas ubicadas en el Estado de Morelos, que tengan en operación una actividad económica dentro de los sectores de comercio, servicio, industria y construcción.

Programa de Financiamiento al Sector Turístico (PROFISTUR)

Esquema de Financiamiento:

<p><u>Destino:</u> Capital de trabajo para compra de mercancías, materias primas, gastos de operación, gastos de fabricación, así como sueldos y salarios.</p> <p><u>Activos fijos:</u> Adquisición de maquinaria y equipo, instalaciones físicas.</p>	<p><u>Monto:</u> Desde 80,001.00 hasta \$500,000.00 para personas morales o físicas. (En primeros créditos se puede otorgar montos superiores a 350 mil pesos y hasta 500 mil pesos con garantía inmobiliaria.</p>
<p><u>Plazo:</u> Hasta 36 meses con 2 meses de periodo de gracia incluidos únicamente en Capital (opcionales).</p>	<p><u>Forma de pago:</u> Mensual de capital e intereses.</p>
<p><u>Tasa de Interés:</u> 12% anual sobre saldos insolutos, y 6.5% por pago puntual.</p> <p><u>Moratorios:</u> Tasa ordinaria por 1 (uno).</p>	<p><u>Garantías:</u> Deudor Solidario, Garantía de Prenda en proporción de 2.5 a 1 o Garantía Hipotecaria en proporción 2 a 1.</p>

Personas Morales:

1. Estados Financieros históricos del ejercicio anterior y parcial del ejercicio vigente.
2. Copia del acta constitutiva, inscrita en el Registro Público de la Propiedad y el Comercio (incluyendo en caso de modificación de estatutos o denominación, copia de las actas de asamblea correspondiente).
3. Copia de la cédula de inscripción ante el Registro Federal de Contribuyentes (Declaración anual de impuestos del ejercicio anterior y parciales del ejercicio vigente).
4. Copia de comprobante de domicilio fiscal de la empresa (teléfono, agua o predial), expedido con un máximo de dos meses anteriores a la fecha de presentación.
5. Copia del poder notarial del apoderado legal para ejercer actos de administración, dominio y suscripción de títulos de crédito.
6. Copia de identificación oficial del apoderado legal.
7. Copia del CURP del apoderado legal.
8. Comprobante de domicilio del apoderado legal (teléfono, agua o predial), expedido con un máximo de dos meses anteriores a la fecha de presentación.
9. Reporte del Buró de Crédito de la sociedad y de su representante.

Personas Físicas con Actividad Empresarial

1. Estados Financieros parciales ejercicio anterior y parcial del ejercicio vigente debidamente firmado.
2. Copia de identificación oficial (Credencial IFE o pasaporte vigente).
3. Acta de Nacimiento del solicitante.
4. Acta de Matrimonio en su caso del solicitante
5. Copia de la cédula de inscripción ante el Registro Federal de Contribuyentes (Declaración Anual de impuestos del ejercicio anterior y parciales del ejercicio vigente).
6. Copia del comprobante de domicilio oficial, (teléfono, agua o predial) expedido con un máximo de dos meses anteriores a la fecha de presentación.
7. Reporte del Buró de Crédito.

Comisión por Apertura de Financiamiento: 2% sobre el monto autorizado y por única ocasión.

CONSIDERACIONES PARA SER SUJETOS DE FINANCIAMIENTO:

- Ser una micro, pequeña o mediana empresa formal con un tiempo de operación mínimo de 12 meses.
- Si es acreditado de otro programa especial del INSTITUTO como el PEAFIN y PEMEF, podrá acceder a los recursos del PROPYME siempre y cuando sea

para el equipamiento e infraestructura, y que tenga la capacidad de pago y de endeudamiento y cuente con un proyecto viable y rentable.

- Haber comprobado el destino de créditos anteriores en su caso.

OTRAS CONSIDERACIONES:

- Para el caso de Garantía Hipotecaria, se deberá presentar copia de la escritura del bien inmueble con los datos de inscripción ante el I.S.R. y C., así como presentar certificado de libertad de gravamen con una vigencia máxima de 30 días. (El bien inmueble permanecerá con el gravamen correspondiente al financiamiento, durante la vigencia del mismo).
- En caso de optar por otorgar garantía de prenda, deberá presentar copia de la factura que ampare el bien, (en caso de ser autorizado el financiamiento la factura original quedará en resguardo del Instituto durante el plazo autorizado).
- En caso de optar por un Deudor Solidario, deberá ser una persona con solvencia moral y económica, la cual tendrá que presentar la siguiente documentación:
 - a) Copia de identificación oficial (Credencial IFE o pasaporte vigente).
 - b) Acta de Nacimiento.
 - c) Acta de Matrimonio en su caso
 - d) Copia del comprobante de domicilio oficial, (teléfono, agua o predial) expedido con un máximo de dos meses anteriores a la fecha de presentación.
 - e) Comprobantes de ingresos.
 - f) Relación Patrimonial.
- Las solicitudes que muestren viabilidad financiera serán aprobadas por un Comité.

Fideicomiso Turismo Morelos (FITUR)

El FITUR, es un fideicomiso que se obtiene del impuesto sobre la prestación de servicios de hospedaje con el objetivo de contar con una recaudación de apoyo económico para promocionar a nivel regional, nacional e internacional, los atractivos y facilidades que el Estado de Morelos ofrece en el ámbito de negocios, social y de recreación, la promoción turística se hará conforme a los lineamientos citados en el programa de turismo del Estado de Morelos 2007-2012.

Apoyos de la Banca Comercial

A continuación se mencionan los apoyos con que cuenta la Banca Comercial para el apoyo de actividades económicas relacionadas con el turismo. Este apoyo es para el mejoramiento de los hoteles, comercios y servicios.

Programa de financiamiento de BANAMEX

Programa	Características
Impulso Empresarial Banamex (Línea de crédito revolvente)	Línea de crédito.
	Personas físicas con actividad empresarial y personas morales que sean clientes de Banamex con una antigüedad mayor a seis meses.
	Montos: hasta por \$3'500,000 M.N.
	Plazos: 1año con renovación automática
	Vigencia de la línea: 24 meses
	Tasa fija durante el plazo del crédito
	Tasa variable: TIIE + 8

Fuente: Elaborado por la UAEM con información publicada en el portal de internet de www.banamex.com

Programa de financiamiento de BBVA BANCOMER

Programa	Características
CREDIPYME Clásico	Pequeñas empresas y personas físicas con actividad empresarial.
	Capital de trabajo.
	Adquisición de insumos.
	Adquisición de bienes de capital
	Monto de la Línea de crédito: \$100,000 a \$2,000,000.
	Plazos.- Infraestructura: 12, 24 y 36 meses
	Revolvente: 12 meses con disposiciones hasta de 90 días.
	Intereses: de acuerdo al tipo de crédito y monto solicitado

Fuente: Elaborado por la UAEM con información publicada en el portal de internet de www.bacomex.com

Programa de financiamiento de BANORTE

Programa	Características
Credi-Activo	Empresas Micro, Pequeña y Mediana, del sector turismo como: hoteles, restaurantes y bares; agencias de viajes, empresas de transportación turística, proveedores, bajo el esquema de cadenas productivas.
	Que busquen: ampliación y remodelación de instalaciones. Modernización y equipamiento. Obtener una franquicia. Certificación. Aumentar una estrella y/o diamante. Capital de trabajo. Mejora financiera.
	Monto: desde \$50,000 hasta 10.2 millones de pesos. (3.26 millones de UDIS)
	Plazo: hasta 5 años
	Tasa: fijas o variables.
	Asimismo, esta institución ofrece otros servicios como: arrendamiento, factoraje, servicios fiduciarios y fianzas.
	Monto de la Línea de crédito: \$100,000 a \$2,000,000.
	Plazos.- Infraestructura: 12, 24 y 36 meses
	Revolvente: 12 meses con disposiciones hasta de 90 días.
	Intereses: de acuerdo al tipo de crédito y monto solicitado

Fuente: Elaborado por la UAEM con información publicada en el portal de internet de www.bacomex.com

Programa de financiamiento de HSBC

Programa	Características
Multicrédito	Línea de crédito en cuenta corriente que con un solo trámite de autorización permite adquirir una amplia gama de productos y servicios como: capital de trabajo, adquisición de bienes inmuebles, equipo de transporte, equipo de cómputo, maquinaria y equipo, entre otros.
	Empresas que tengan ingresos mínimos mensuales de \$25,000 y hasta \$1'133,333.
	Se puede elegir la forma de pago que puede ser: semanal, quincenal o mensual.

	Al dejar una garantía hipotecaria se obtienen mayores beneficios en el otorgamiento del crédito como: tasa, plazo, y mayor capacidad de pago
	Plazo: hasta 7 años.
	Tasa de interés fija.
	Antigüedad de 6 meses en el domicilio actual, si aún no se cumple, será de 12 meses considerando domicilio anterior.
	En el caso de garantía hipotecaria, antigüedad mínima de 6 meses de operación en la actividad empresarial o giro y 12 meses en el caso de no tener garantía hipotecaria.
	Contar hasta con 100 empleados en el sector comercio y servicios.
	No presentar pérdidas en sus estados financieros anuales (utilidad positiva).
	No haber perdido las dos terceras partes o más del capital social (quiebra técnica).

Fuente: Elaborado por la UAEM con información publicada en el portal de internet de www.hsbc.com.mx

Apoyos de la Banca de Desarrollo

BANCOMEXT

A continuación se menciona el apoyo de BANCOMEXT para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas que tienen que ver directamente con las actividades económicas sobre todo las turísticas, en cuanto al mejoramiento de la infraestructura y calidad de los servicios para los turistas o para los residentes del municipio.

Apoyos financieros para Empresas

Programa	Beneficios	Tipo de Apoyo
Crediexporta	Ofrece financiamiento a las empresas exportadoras para financiar: <ul style="list-style-type: none"> • El acopio y mantenimiento de materias primas, • Producción, acopio y existencias de bienes terminados, • Importación de insumos, • Pago de sueldos de la mano de obra directa, y; • La prestación de servicios 	Dependiendo de las necesidades del cliente, el porcentaje de financiamiento puede ser hasta 70% del valor de las facturas, pedidos y/o contratos, o hasta 100 % del costo de producción. Los créditos pueden ser en dólares estadounidenses o en moneda nacional y con plazos de hasta 180 días para los sectores de manufacturas y servicios y 360 días para los sectores agropecuario y pesca.
Servicios Financieros	Apoya a las empresas mexicanas productoras de bienes y servicios mediante el diseño y estructuración de esquemas alternativos de financiamiento y de garantías para participar en las grandes licitaciones internacionales para el desarrollo de proyectos de inversión en México y en el extranjero	Empresas que participan en grandes proyectos privados y públicos nacionales o internacionales, así como en los proyectos y programas de BANCOMEXT susceptibles de ser estructurados con ingeniería financiera.
Servicios de Promoción	Diseña, organiza, coordina y proporciona asistencia técnica a las empresas para la realización de las siguientes actividades:	Empresas de todos los tamaños y sectores productivos. (Excepto las empresas que coticen en la Bolsa Mexicana de Valores).

	<ul style="list-style-type: none"> • Misiones de exportadores. Organiza y coordina la participación de empresas mexicanas en viajes de promoción al extranjero, incluyendo el ofrecimiento de asistencia técnica a empresas, elaboración de agenda de trabajo y apoyo logístico. • Misiones de compradores. Identifica y coordina visitas de importadores interesados en seleccionar empresas exportadoras potenciales, ofreciendo asistencia técnica y organización de agenda de trabajo de las mismas, así como su participación en Ferias Mexicanas. • Misiones de inversionistas. Organiza visitas de inversionistas interesados en viajar a México para evaluar el entorno económico y comercial, así como conocer los estímulos ofrecidos a la inversión extranjera en los diferentes estados de la República, comprendiendo el ofrecimiento de servicios de asistencia técnica y organización de agenda de trabajo. 	
Programas de asistencia técnica y campañas de imagen (PAT)	BANCOMEXT contribuye hasta con un 50 por ciento de los costos asociados a la contratación de especialistas, consultores, centros de investigación públicos o privados y agencias de publicidad, para el desarrollo de proyectos de asistencia técnica de las PYMES, que permitan mejorar sus procesos productivos, el cumplimiento de normas o estándares requeridos por compradores extranjeros, el desarrollo de planes de negocios para la exportación, así como para el desarrollo de actividades de promoción en el extranjero o el diseño gráfico de catálogos.	Empresas pequeñas y medianas exportadoras directas, indirectas y potenciales.

Servicios de asesoría e información	BANCOMEXT proporciona orientación e información a las empresas y usuarios interesados en incursionar en la actividad exportadora o consolidar su participación en el comercio internacional. A través de estos servicios que consideran el conocimiento del proceso exportador, el comportamiento de los sectores y mercados, así como las oportunidades en materia de comercio e inversión, los empresarios pueden ser apoyados tanto en las etapas de planeación de sus proyectos como en su evaluación y seguimiento.	Empresas de todos los tamaños y sectores productivos.
Servicio de Capacitación	ofrece cursos, seminarios y diplomados sobre aspectos administrativos, legales, técnicos, financieros y de comercialización relacionados con el proceso de exportación, para aquellas empresas que están planeando participar en la actividad exportadora o que requieren ampliar o consolidar sus mercados, clientes y productos	Empresarios de todos los tamaños y sectores productivos.
Eurocentro Bancomext	Ofrece apoyo integral a los proyectos de compra-venta, coinversiones, alianzas estratégicas y/o transferencia de tecnología entre empresas mexicanas, latinoamericanas y europeas a través del Eurocentro BANCOMEXT ubicado en la ciudad de Monterrey, N.L.. En esta oficina, que brinda atención a empresas de toda la República Mexicana.	Empresas de todos los tamaños y sectores productivos. Criterios de elegibilidad Cualquier empresa interesada en el mercado europeo o de cualquier país latinoamericano tiene acceso a los servicios de información y asesoría del Eurocentro.

<p>Sistemas de información en Internet</p>	<p>Es un sistema en línea y tiempo real que ofrece información de inteligencia comercial para empresas exportadoras o con interés de incursionar en los mercados internacionales, el cual puede ser consultado desde su oficina durante las 24 horas del día, los 365 días del año, con información que registran las Consejerías Comerciales de Bancomext, quienes investigan qué empresas están interesadas en comprar productos mexicanos.</p>	<p>Empresas mexicanas de todos los tamaños y sectores productivos y de servicios que tienen interés en incursionar en los mercados internacionales.</p>
<p>Programa de Financiamiento a la Actividad Turística</p>	<p>Pequeñas y medianas empresas, vinculadas directa e indirectamente a la exportación, a la sustitución de importaciones y a la generación de divisas, a través de servicios de calidad en capacitación, información, asesoría, coordinación de proyectos y financiamiento. Grado de integración nacional (mínimo 30%).</p> <p>Compra de inventarios estratégicos de alimentos e insumos propios de la operación, mantenimiento y conservación de las instalaciones, así como mano de obra directa.</p> <p>Ventas a plazos a mayoristas y tour operadores.</p> <p>Para capital de trabajo el porcentaje a financiar es: 70% valor de venta, 100% costo de obra.</p> <p>Para ventas el monto a financiar es: hasta el 90% del valor de las ventas.</p> <p>Créditos en dólares americanos y moneda nacional</p>	

Fuente: Elaborado por la UAEM con información publicada en el portal de internet www.cipi.gob.mx

Nacional Financiera

Nacional Financiera ofrece apoyos a través de las diferentes programas que van encaminados al mejoramiento de las condiciones de las empresas, a través de acciones concretas como el mejoramiento de la infraestructura, apoyo y creación de unidades económicas, apoyos económicos y asesorías técnicas para las empresas interesadas en la ampliación y consolidación de las mismas tanto a nivel nacional como internacional.

Apoyos para Empresas de Nacional Financiera

Programa	Objetivo	Beneficiario
Modernización y Equipamiento Empresarial	<p>Nacional Financiera, otorga recursos de mediano y largo plazo en pesos y dólares a las empresas para la adquisición de maquinaria y equipo</p> <p>El financiamiento cubre únicamente los rubros siguientes inversión en proyectos de modernización para adquirir maquinaria y equipo nuevo, nacional o de importación, gastos de instalación y puesta en marcha (incluye capacitación técnica por parte del proveedor). Fletes y seguros.</p> <p>La modernización; de las empresas se otorga su garantía hasta por el 80% del monto de los créditos.</p>	<p>Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas del sector industrial, comercial y de servicios en todo el país. Los requisitos de acceso están en función del servicio de que se trate. El interesado puede solicitar la información correspondiente en la oficina de NAFIN más cercana a su localidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Moneda: pesos o dólares americanos. • Monto máximo: el 85% del valor del bien (más gastos), con un monto máximo de 3.26 millones de UDIS. • Plazo: hasta 7 años, sin período de gracia con tasa protegida y hasta 10 años con período de gracia incluido con tasa variable y tasa fija. • Tasa máxima al acreditado en pesos: Tasa variable: TIIE a 28 días + 6 puntos. Tasa fija y protegida: NAFIN las da a conocer mensualmente + 6 puntos. • Tasa de interés de referencia en dólares americanos: Libor a 3 meses, más el margen de intermediación en función del plazo y tipo de inversión.

<p>Ex Im Bank</p>	<p>Apoyo para las pequeñas y medianas empresas, así como a las personas físicas con actividad empresarial, en la adquisición de bienes y servicios nuevos o usados provenientes de los Estados Unidos de Norteamérica. El crédito puede ser utilizado para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquirir maquinaria y equipo nuevo, con un contenido mínimo de integración estadounidense del 50%. • Adquirir maquinaria y equipo usado, previa autorización del Ex Im Bank. • Refacciones sólo si se incluyen en la orden de compra. • Servicios otorgados por empresas y técnicos norteamericanos con domicilio en los Estados Unidos • Hasta el 15% de los gastos locales cuando se incluyan en la orden de compra y están relacionados al proyecto 	<p>Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas mexicanas del sector industrial, comercial y de servicios. Moneda: pesos o dólares americanos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monto máximo: el 85% del valor del bien, hasta el 100% de la prima de seguro. • Plazo: \$100,000 USD un plazo máximo de dos años Más de \$100,000 USD y hasta \$175,000 USD un plazo máximo de 3 años Más de \$175,000 USD y hasta \$350,000 USD un plazo máximo de 4 años. <p>Montos mayores un plazo máximo de 5 años.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tasa de interés: Moneda Nacional. -TIIE 28 días +3% anual Dólares. LIBOR + 2.25% anual • Comisiones: De apertura.- 1.5% sobre el monto del crédito pagadero dentro de los primeros 30 días posteriores a la firma del mismo o Del Eximbank.-será determinado caso por caso o de compromiso.- De 0.125% anual calculada sobre el monto no utilizado del crédito o de carta de crédito
<p>Crédito Pyme</p>	<p>Apoya con financiamiento a las empresas que quieren establecerse o crecer su negocio, ofreciéndoles la capacidad económica, capital de trabajo o adquirir activos fijos.</p>	<p>Micro, pequeñas y medianas empresas que comienzan su actividad y aquellas que estén ya constituidas, con 3 ejercicios fiscales en operación.</p>

<p>Programa de Apoyo a Emprendedores</p>	<p>El objetivo principal es identificar proyectos de emprendedores, evaluar su viabilidad y buscar los apoyos financieros necesarios para garantizar su implementación, mediante la formación de “Inversionistas Ángeles” y la aplicación de diversos apoyos financieros complementarios (fondos de participación que aportan recursos en calidad de asociación en participación), contribuyendo de esta manera a fomentar el espíritu emprendedor y la generación de empleos en el país.</p>	<p>Emprendedores Es importante señalar que el porcentaje de aportación de recursos entre NAFIN, el emprendedor y el inversionista dependerá del proyecto, cada uno es diferente y por lo tanto, cuentan con distintos requerimientos. Dependiendo de las negociaciones con el inversionista, se determinan las aportaciones del inversionista y de NAFIN a través de los fondos de participación. Es recomendable anticiparse a las negociaciones con el inversionista y tener bien claro qué es lo que el emprendedor esta dispuesto a ofrecer (acciones, % de utilidades, etc.) a cambio de la inversión que va a recibir.</p>
---	---	--

Fuente: Elaborado por la UAEM con información publicada en el portal de internet

Financiera Rural

Financiera Rural ofrece apoyos a través de las diferentes programas los cuales van encaminados al mejoramiento de las condiciones de la infraestructura de comercios y servicio, a través de acciones concretas como apoyo económico a remodelar los hoteles, la creación de empleo a través de actividades turísticas, apoyo y creación inmuebles con el propósito de mejorar la calidad de los servicios turísticos.

Tipos de Apoyo para el Sector Turístico

Área de Apoyo	Monto	Tipo de crédito
<p>Gastos de operación</p>	<p>Desde los 7,000 hasta 200,000 UDIS</p>	<p>Crédito simple y/o cuenta corriente, el acreditado debe participar con el 30% del valor de proyecto.</p>
<p>Inversión</p>	<p>Desde 70,000 hasta 7,000,000 UDIS</p>	<p>Crédito refaccionario, el acreditado participara con el 40% del monto del proyecto.</p>
<p>Remodelación y/o ampliación</p>	<p>Desde los 70,000 hasta 7,000,000 UDIS</p>	<p>Crédito simple con garantía hipotecaria, la aportación mínima del cliente será del 40%</p>

Construcción de inmuebles nuevos	Desde 70,000 hasta 7,000,000 UDIS	Crédito simple con garantía hipotecaria, el acreditado participara con al menos el 50% del valor del proyecto.
---	-----------------------------------	--

Fuente: Elaborado por la UAEM con información del portal de internet "Productos y Programas de Crédito". Programa de Financiamiento al Sector Turístico Rural.

Condiciones del Crédito

El plazo será de dos a siete años en función del proyecto a financiar:

- Gastos de Operación: Máximo dos años.
- Inversión: Hasta cinco años.
- Remodelación y/o Ampliación: Máximo cinco años.
- Construcción de Inmuebles Nuevos: Hasta siete años

Las garantías estarán determinadas por el tipo del financiamiento, por lo que podría requerirse adicional a la natural y/o hipotecaria, garantías como las fiduciarias y/o los apoyos gubernamentales y el pago de intereses y capital será mensual, pudiendo haber periodo de gracia.

Fondos de Inversión

Para obtener apoyo financiero, las empresas del sector turístico pueden acceder a fondos de inversión de la banca comercial a través de fideicomisos.

En México existen varias instituciones financieras que colocan el dinero de los ahorradores en fondos de inversión inmobiliarios.

Prudential Real Estate Investments (PREI)

Prudential Financial es una empresa especializada en servicios financieros como inversiones y seguros, que además cuenta con una empresa especializada en inversiones en bienes raíces "Prudential Real Estate Investments (PREI), con la siguiente plataforma de inversión.

- Administrador de activos inmobiliarios para inversionistas institucionales desde 1970.
- "2" administrador más grande de inversiones en Bienes Raíces.
- PREI cuenta con unidades operativas que ofrecen una amplia gama de oportunidades de inversión inmobiliaria y diversos servicios de administración de inversiones en el sector inmobiliario a clientes en Estados Unidos, Europa, Asia y Latinoamérica.
- Globalmente, PREI administra alrededor de \$39.2 mil millones de dólares en activos inmobiliarios.

- Las actividades de PREI están respaldadas por centros especializados en 12 países, incluyendo oficinas en la Ciudad de México y en Río de Janeiro, Brasil.
- Prudential es un inversionista experimentado en el sector inmobiliario con presencia en 25 países.
- La diversidad de actividades y diversificación geográfica provee una mayor perspectiva en distintos mercados, sectores y tipos de inmuebles.

La empresa en México está activa desde 2001, cuenta con un centro de administración de fondos en la Ciudad de México. Cuenta con un equipo de 60 profesionales con experiencia en inversiones inmobiliarias en México.

Tiene tres programas de inversión activos, ligados con los sectores de producción de mayor crecimiento regional:

- Programa de Inversión Industrial en México.
- Programa de Inversión Residencial en México.
- Programa de Inversión Comercial en México.

Fondos Radix

Otro ejemplo de fondos de inversión inmobiliaria son los Fondos Radix que se enfocan principalmente al área de vivienda (venta de lotes, casas y departamentos), y que actualmente opera dos fondos:

Fondo Radix I

El Fondo Radix I es un instrumento de inversión conformado por un portafolio diversificado de Proyectos Inmobiliarios, en los Sectores de Vivienda y Comercial.

El Fondo está constituido mediante un Fideicomiso de Actividad Empresarial, y tiene como Fiduciaria a Nacional Financiera, S. N. C.

El Fondo invierte primordialmente el Desarrollos de Vivienda Media y Residencial, y selectivamente en Proyectos Comerciales destinados a la venta.

El horizonte de inversión es de largo plazo, considerando la participación en Proyectos Inmobiliarios con recuperación estimada de capital y rendimiento a partir del segundo año, con un horizonte promedio de recuperación de 5 años.

El Fondo Radix I invierte en asociación con Desarrolladores Inmobiliarios de reconocida trayectoria, quienes deben aportar una parte del capital requerido para el Proyecto de que se trate, lo que asegura un involucramiento profundo en la planeación y gestión exitosa del Desarrollo.

Fondo Radix II

El Fondo Radix II es un instrumento de inversión conformado por un portafolio diversificado de Proyectos Inmobiliarios, en los Sectores de Vivienda y Comercial.

El Fondo está constituido mediante un Fideicomiso de Actividad Empresarial, y tiene como Fiduciaria a Nacional Financiera, S. N. C.

El Fondo invierte primordialmente el Desarrollos de Vivienda Media y Residencial, y selectivamente en Proyectos Comerciales destinados a la venta, así como Oficinas, Industriales y Turísticos.

El horizonte de inversión es de largo plazo, considerando la participación en Proyectos Inmobiliarios con recuperación estimada de capital y rendimiento a partir del segundo año, con un periodo ponderado de recuperación estimado de 5 años.

El Fondo Radix II invierte en asociación con Desarrolladores Inmobiliarios de reconocida trayectoria, quienes deben aportar una parte del capital requerido para el Proyecto de que se trate, lo que asegura un involucramiento profundo en la planeación y gestión exitosa del Desarrollo.

Otros Fondos

Además de los fondos de inversión directamente relacionados con el desarrollo de vivienda, están los de desarrollo inmobiliario industrial y comercial.

Son los fondos de inversión que ya desde 1999 han aterrizado al mercado de bienes raíces mexicano. Sus reglas del juego son el largo plazo con recursos para financiar proyectos inmobiliarios.

En la lista figuran JP Morgan, Citibank, Centex, Hines Interest, Equity International y un grupo de nombres nacionales como el precursor Grupo Acción, Diéboqui Bienes Raíces, Industrias Buildings, Colliers International y Montañó Arquitectos.

Los fondos de inversión extranjeros operan en diferentes mercados del país, su actividad ha estado delineada por alianzas estratégicas en empresas mexicanas, algunas del norte del país como DCA y otras como Grupo Acción, donde The Peabody Group comprometió recursos para tres años de compras de propiedades que permitirán a la empresa mexicana integrar el portafolio inmobiliario más importante del país.

La lógica de estas inversiones tiene que ver con el nivel de rentabilidad que dan a los inversionistas, mayor al que se ofrece en otros mercados. En Estados Unidos, una inversión en un fondo con recursos para el mercado industrial y de oficinas deja un premio al inversionista de 8%, mientras que en el mercado nacional la rentabilidad llega hasta 13.5%.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



**Secretaría
de Turismo**

Estudio de Competitividad Turística del Destino Cuernavaca, Morelos

INSTRUMENTOS DE POLÍTICA TURÍSTICA DE LA AGENDA

Universidad Autónoma del Estado de Morelos



Estructura de Contenido

INSTRUMENTOS DE POLÍTICA TURÍSTICA DE LA AGENDA	2
APROBACIÓN Y PUBLICACIÓN DE LA AGENDA (ACDT)	3
Instrumentos Jurídicos.....	3
Adecuación del Marco Jurídico	3
Proceso de Aprobación y Publicación	4
Trámites del Poder Legislativo, el Poder Judicial y el Poder Ejecutivo a través de sus dependencias u Organismos.....	4
Las Publicaciones se Programarán de la siguiente manera:	5
SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA AGENDA (ACDT)	6
Agencia de Competitividad Turística	6
Instrumentos de coordinación interinstitucional	18
Instrumento de Promoción y Comercialización	20

INSTRUMENTOS DE POLÍTICA TURÍSTICA DE LA AGENDA

El presente apartado contempla la propuesta de instrumentos de política específicos para la ejecución y operación de la Agenda de Competitividad del Destino Turístico de Cuernavaca y la realización efectiva de sus propuestas tomando en cuenta el marco legal y reglamentario vigente, el cual sienta las bases para el establecimiento y operación de nuevos mecanismos y procedimientos de gestión urbana que se tiene previsto promover, desarrollar, gestionar, convenir y dotar de bases institucionales, para así lograr que la planeación sea operativa.

La aplicación de la Agenda de Competitividad del Destino Turístico de Cuernavaca implica la puesta en marcha de un sistema de instrumentos que incluyan los jurídicos, de concertación y coordinación institucional, de promoción y comercialización.

La instrumentación parte de cuatro principios de actuación institucional que son los siguientes:

1. **Concurrencia.** Este concepto se incluye en la Ley General de Asentamientos Humanos y en la Ley de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano Sustentable del Estado de Morelos, y se refiere a la necesidad de establecer una actuación coordinada entre los diversos órdenes y sectores en que se organiza la administración pública.
2. **Equidad.** Este principio se refiere a la necesidad de que la Agenda de Competitividad del Destino Turístico de Cuernavaca reparta de forma equitativa las cargas y beneficios del desarrollo urbano.
3. **Corresponsabilidad.** Es necesaria la participación activa de los sectores privado y social en la ejecución de la Agenda de Competitividad Turística del Destino de Cuernavaca, ya que sólo de esta forma se podrán impulsar respuestas integrales a los problemas urbanos con beneficios de interés público.
4. **Orden.** La actuación institucional debe permitir una ocupación ordenada del territorio que sea sustentable y segura, logrando así disminuir los riesgos en la vida y patrimonio de las personas.

La Agenda de Competitividad del Destino Turístico de Cuernavaca (ACTD) deberá ser coordinado por un órgano regulador y administrativo, que le de seguimiento a las acciones y proyectos del programa estratégico.

Será una organismo que se responsabilizará de su gestión y operación, además de coordinar las acciones que establezca la participación de los sectores público, privado y social en forma convenida o concertada para la ejecución de las acciones y relación con su evaluación y actualización periódica, además de presentar los mecanismos para su vigencia.

APROBACIÓN Y PUBLICACIÓN DE LA AGENDA (ACDT)

Instrumentos Jurídicos

A continuación se enlistan los instrumentos jurídicos que darán validez jurídica a la Agenda de Competitividad del Destino Turístico de Cuernavaca, permitiendo su operación y función.

A Nivel Federal

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal
- Ley General de Planeación
- Ley General de Asentamientos Humanos
- Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente
- Ley General de Turismo
- Ley de Aguas Nacionales
- Ley General de Vida Silvestre
- Ley Agraria

A Nivel Estatal

- Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Morelos
- Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Morelos
- Ley Estatal de Planeación para el Estado de Morelos
- Ley de Ordenamiento Territorial y Asentamientos Humanos del Estado de Morelos
- Ley de Obra Pública y Servicios Relacionados con la Misma del Estado de Morelos
- Ley Orgánica Municipal del Estado de Morelos
- Ley de Desarrollo y Promoción al Turismo del Estado de Morelos
- Ley de Fomento Económico para el Estado de Morelos

Adecuación del Marco Jurídico

La Agenda de Competitividad del Destino Turística de Cuernavaca se ha realizado conforme a lo establecido en los instrumentos jurídicos de planeación tanto federales como estatales, sin embargo se considera llevar a cabo las siguientes acciones que permitan su validez legal.

- Se deberá adecuar o modificar los instrumentos jurídicos estatales y municipales necesarios, para regular los planes y programas de desarrollo, en donde se establezca la autoridad para llevar a cabo acuerdos y convenios en los distintos niveles de la administración pública, así como la existencia de acuerdo cooperativos con el sector privado.

- Se deberá realizar la actualización del Programa Municipal de Desarrollo Urbano, incorporando las propuestas que el presente programa señala para el territorio de Cuernavaca.
- Se deberá formular los reglamentos a nivel estatal y municipal que regulen la actividad turística y el desarrollo urbano de cada localidad así como aquellos que sean necesarios para regular la imagen urbana, construcciones, mobiliario urbano, zonificación y usos del suelo entre otros.

Proceso de Aprobación y Publicación

- Por ser una iniciativa de la Secretaría de Turismo del Estado, la realización de la Agenda, la propia Secretaría tendrá que llevar a cabo la presentación ante las dependencias necesarias y el ejecutivo.
- La Agenda deberá estar autorizado por el gobierno del estado y el gobierno municipal de Cuernavaca, y se aprobará de acuerdo a la Ley de Estatal de Planeación.
- La Agenda de Competitividad del Destino Turística de Cuernavaca, Estado de Morelos deberá ser publicado en el Periódico Oficial del Estado de Morelos y en los dos diarios de mayor circulación.

Para su publicación en el Periódico Oficial del Estado, se deberá cumplir con lo señalado en la Ley del Diario Oficial de la Federación y Gacetas Gubernamentales.

Trámites del Poder Legislativo, el Poder Judicial y el Poder Ejecutivo a través de sus dependencias u Organismos.

Requisitos:

- Escrito dirigido al Secretario de Gobierno y Director del Periódico Oficial, solicitando la publicación.
- Original y copia de documento a publicar en papel membretado, con sello, firma autógrafa y fecha de expedición del mismo; sin alteraciones
- C.D. o memoria “USB”, que contenga la información a publicar en Word. (en caso de requerir la publicación con firma autógrafa, se deberá presentar escaneada)
- Realizar el pago de derechos de la publicación.
- El documento deberá presentarse en la Secretaría de Gobierno

- La copia del documento y el C.D., o memoria “USB”, se entregará en las oficinas del Periódico Oficial ubicadas en Plaza de Armas número 3, 3er piso Despacho 302 Col. Centro, Cuernavaca Morelos, C.P. 62000 (entre correos de México y Telecom Telégrafos).
- En el caso de Organismos se deberá presentar original o copia certificada del Acta de Consejo debidamente firmada.

El costo se registrará por lo dispuesto por la Ley General de Hacienda, artículo 120, Fracción II en el cual se actualizará automáticamente en la medida que se incremente el salario mínimo vigente en la entidad.

Las Publicaciones se Programarán de la siguiente manera:

Los documentos que se reciban hasta el día viernes de cada semana, se publicarán el miércoles de la siguiente, siempre y cuando se cumpla con los requisitos establecidos en los Artículos 4, Fracciones I a las VIII, 16, 17, 20, 21, 23 del reglamento del Periódico Oficial del Estado de Morelos No. 4349, publicado el 15 de septiembre de 2004.

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA AGENDA (ACDT)

Para llevar a cabo el seguimiento y la evaluación del programa es necesario contar con una institución destinada a coordinar las acciones a seguir para su desarrollo, para tal caso se considera la conformación de una Agencia de Competitividad Turística para el Desarrollo de la Agenda quien funcionará como agente rector de planeación, coordinación, evolución y seguimiento del Programa en la zona de estudio.

Agencia de Competitividad Turística

El objetivo de la Agencia será atender al Municipio de Cuernavaca, de manera integral y ordenada, además de impulsar el desarrollo, habilitando reservas territoriales y actuando con base en este documento.

La Agencia pretenderá impulsar los proyectos estratégicos derivados del mismo, para el desarrollo del municipio.

La Agencia:

- Será gestora, promoviendo su desarrollo y facilitando la toma de decisiones.
- Impulsará y garantizará la continuidad de las acciones estratégicas.
- Promoverá mejores prácticas de los servicios públicos a través de Asociaciones Público-Privadas.
- Será un órgano que promueva la creación de asociaciones público-privadas, por proyecto, para la ejecución de las acciones estratégicas.

La Agencia deberá tener como integrantes a personalidades e instituciones del sector público, privado y social.

Los proyectos estratégicos que se pueden incorporar a la Agencia de Competitividad son:

- Proyectos de desarrollo, capacitación y certificación, promoción y comercialización turística.
- Redes de infraestructura.
- Equipamiento urbano y turístico.
- Manejo y disposición final de residuos sólidos.
- Zonas de crecimiento con calidad.
- Proyectos de desarrollo económico.

La creación de la Agencia se sustenta en el compromiso compartido de empresarios, prestadores de servicios turísticos y el sector público para planear, ordenar y dotar de las infraestructuras y equipamientos básicos que eleven la calidad turística y la competitividad del destino, y para sentar bases para que los sectores urbanos cuenten con la infraestructura básica que le permitan a la población vivir en condiciones adecuadas, así como contribuir al equilibrio ecológico.

Se propone la firma de un acuerdo entre gobierno y empresarios, en el que se comprometan a crear la Agencia y proporcionarle los medios para que pueda operar debidamente y cumplir con el fin para el que se crea.

Para ello se estima que la agencia deberá contar con un presupuesto amplio para aplicarlo a los programas prioritarios de infraestructura primaria, apoyo a las localidades y/o zonas desarrollables para la atención de rezagos, la dotación de grandes equipamientos sociales y del mantenimiento de los sectores turísticos.

La Agencia deberá crearse como un organismo mixto, público privado, de nivel estatal, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, autonomía financiera y presupuestaria, con facultades de decisión, debidamente regulado por un cuerpo colegiado de administración y vigilancia en los que estén representados los sectores público y privado.

Actividades

A la Agencia se le delegara la realización de actividades específicas¹ de interés colectivo y beneficio general como son:

- Atención y seguimiento de programas, proyectos y acciones turísticas, en materia de desarrollo, capacitación, certificación, promoción, comercialización turística.
- Atención de rezagos urbanos (reservas urbanas, áreas aptas para crecimiento urbano, reservas turísticas, etc.).
- Construcción de infraestructura básica o primaria (como libramientos, bulevares, agua potable, colectores centrales, plantas de tratamiento, etc. siempre y cuando se compruebe su viabilidad).
- Conservación, operación y mantenimiento de la imagen urbana.
- Dotación de equipamientos turísticos que permitan enriquecer los atractivos naturales y culturales de la zona, diversificar la oferta de servicios turísticos.

¹ En el caso que hubiese otros organismos o dependencias que se encargan de realizar alguna de estas actividades delegaría su trabajo a la agencia con el objetivo de evitar que dos dependencias realicen las mismas actividades, siempre y cuando dichas tareas sean de impacto municipal o incluso regional y en beneficio al impulso turístico y de la sociedad de Cuernavaca.

Dicha Agencia permitirá captar recursos y destinarlos para apoyar a las zonas con atención de rezagos urbanos, los cuales al no contar con la oferta de suelo urbanizado a su alcance, optan por asentarse en sitios no aptos y esto resulta inviable para la dotación de servicios.

Atribuciones

La Agencia tendrá como principales atribuciones:

- Integrar un fondo de inversión equivalente a la inversión turística, adicional a los ingresos que perciben el municipio, etiquetados para atender las necesidades de infraestructura primaria y equipamientos del destino turístico.
- Realizar los instrumentos de planeación integral y de largo plazo del destino turístico, como base para la identificación y desarrollo de proyectos estratégicos y prioritarios que permitan sentar las bases de un crecimiento urbano y turístico ordenado; y formular la programación multianual e intersectorial de programas estratégicos y su ejecución directa.
- Gestionar ante los tres niveles de gobierno la realización de obras prioritarias o en su caso solicitar el traspaso de los recursos para que la propia agencia los construya y obtener financiamiento con instituciones de la banca de desarrollo para la realización de los proyectos prioritarios.
- Ejecutar y operar los programas de obras con la prioridad, agilidad y oportunidad que requiera el destino, asegurando su continuidad.
- Generar recursos propios suficientes para hacer autofinanciable su operación y que esta no se convierta en una carga a los erarios públicos.

Fuentes de Recursos

Para el funcionamiento de la Agencia se propone crear un fondo de inversión, en el que se integren recursos públicos, privados y aquellos que la propia agencia genere por su operación, así como el de financiamientos complementarios que obtenga.

Los recursos públicos se conformaran por:

- Aportaciones patrimoniales y de capital de los tres niveles de gobierno.
- Ingresos fiscales como flujo permanente basado en una nueva cooperación por impacto urbano, o bien una parte de la contribución especial por plusvalía o un incremento del impuesto al hospedaje que pueda etiquetarse a la agencia.

- Las reservas territoriales que se le aporten para ser destinadas al desarrollo y comercialización de proyectos detonadores que se le destinen para su operación.

Los recursos privados se conformaran por:

- Las aportaciones patrimoniales que destine el sector privado en casas, bienes muebles e inmuebles, y otras participaciones indirectas debidamente pactadas con las instancias responsables.

Los ingresos propios se conformaran por:

- Los que le correspondan por la prestación de servicios de operación y mantenimiento de sectores turísticos y centro urbano.
- Concesión y operación de servicios públicos como sistemas de agua potable y alcantarillado, sistema de recolección, tratamiento y disposición de residuos sólidos, estacionamientos públicos, etc.
- Desarrollo y operación de proyectos inmobiliarios
- Por derechos de concesión de las zonas federales, etc.

Financiamiento:

- La agencia podrá solicitar financiamiento a la banca de desarrollo nacional e internacional, como pueden ser BANOBRAS, BID, Banco Mundial, o la Banca Europea, prestando las garantías necesarias.

Naturaleza Jurídica

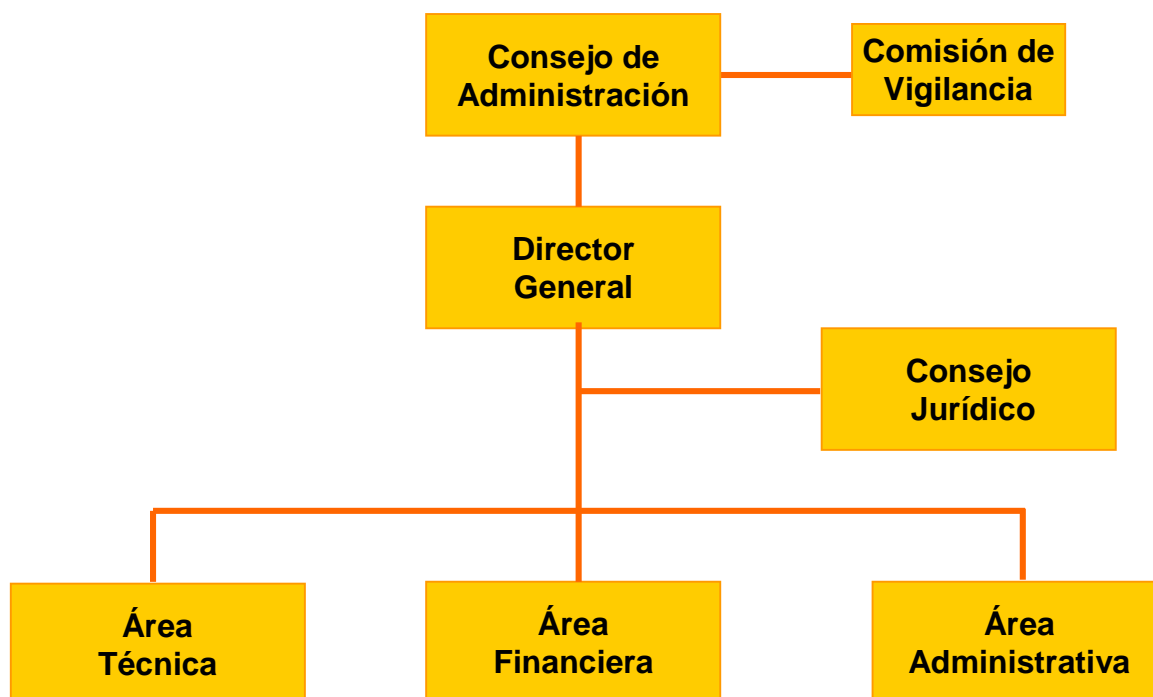
La naturaleza jurídica de la Agencia dependerá básicamente del origen y de la mezcla de los recursos, ya sea que se trate de recursos privados mayoritarios o recursos públicos mayoritarios.

Se recomienda que la agencia opere como un organismo mixto público privado, en la que exista una ligera mayoría de recursos públicos pero con una fuerte presencia del sector privado y social.

Estructura Orgánica

La agencia contará con la siguiente estructura orgánica con sus respectivas atribuciones.

Estructura Orgánicas de la Agencia



La comisión de vigilancia tendrá entre sus atribuciones.

- Conocer y dictaminar los estados financieros de la agencia.
- Ordenar la práctica de todo tipo de auditorías a la agencia y a cualquiera de las promociones e inversiones que la agencia respalde.
- Realizar los estudios necesarios sobre la agencia, relacionados con su organización, funcionamiento y desempeño.

El consejo de administración tendrá entre otras las atribuciones de:

- Aprobación del plan de labores y de financiamiento así como el presupuesto
- Aprobación de reglamento interno
- Modificación y extinción de empresas donde la agencia participe como socio o dueño
- Gestión y coordinación de sus acciones y la realización de programas estratégicos con las dependencias y entidades de los tres niveles de gobierno con la participación de la comisión intersecretarial de turismo.

El consejo de administración quedará integrado por:

- El gobernador del estado, que lo presidirá y tendrá voto de calidad y derecho de voto.
- Igual número de consejeros del sector público (federal, estatal y municipal) y privado (asociaciones de hoteleros, desarrollos inmobiliarios, prestadores de servicios turísticos a través de sus propias cámaras consejos o asociaciones).

El director general será designado y removido por el consejo de administración, con base en un tema que presenten los consejeros del sector privado.

Puesta en Marcha

Para la puesta en marcha y operación de la agencia es necesario dar los siguientes pasos:

1. Concertación y acuerdo público entre los 3 niveles de gobierno y la iniciativa privada.
2. Iniciativas legislativas del Ejecutivo Estatal
3. Creación de la Agencia y Establecimiento de cooperación
4. Constitución de la Agenda
5. Constitución del Fondo de Inversión
6. Creación del Capital de Trabajo, Capital Semilla, Reservas Territoriales, Bienes Inmuebles

Base Jurídica

La base para la creación de la agencia debe sustentarse en la promulgación de una ley emitida por el congreso estatal y aprobada por el cabildo municipal, garantizando así su permanencia y obligatoriedad.

Esta ley tiene por objeto regular:

- La concurrencia y coordinación federal, estatal y municipal para la creación y operación de la agencia.
- La concertación con los empresarios y prestadores de servicios turísticos para la creación y operación de la agencia.
- La creación y operación de la agencia como organismo mixto privado – público.

La agencia de desarrollo deberá contar con una fuente de financiamiento, proveniente de cualquiera de los siguientes sectores o entidades: Iniciativa Privada, Gobierno Federal, Gobierno del Estado, Gobierno Municipal, Organismos no Gubernamentales (ONG's), Fundaciones y Donaciones, Asociaciones Nacionales e Internacionales y Emisión de Bonos

A su vez deberán estar integradas por:

- Coordinador General
- Secretario Técnico
- Encargado de Asuntos Administrativos

- Vocal del Gobierno Federal
- Vocal del Gobierno Estatal
- Vocal del Gobierno Municipal
- Vocal municipal del Sector Social
- Vocal municipal del Sector Privado
- 2 Vocales Asesores, de acuerdo a las necesidades del programa, pertenecientes al sector privado.
- 2 Vocales Asesores, de acuerdo a las necesidades del programa, pertenecientes al sector social.

El proceso de constitución de una Agencia consiste en lo siguiente:

- Invitar a los integrantes que conformarán la agencia, principales organismos sociales, principales inversionistas y promotores, principales desarrolladores inmobiliarios, principales propietarios de la tierra, principales ONG's, representantes de Universidades, y los representantes de Colegios de Profesionales; otros actores que por las características propias de la Agenda, sean necesarios; y los principales organismos de la infraestructura básica de la ciudad: CNA, CFE, CEA, Secretaría de Desarrollo Sustentable, Secretaría de Obras Públicas, Secretaría de Turismo, entre otros.
- Llevar a cabo la sesión de constitución de la Agencia de Competitividad Turística.
- Establecer un plazo, de acuerdo a las necesidades de la Agenda, para la presentación de acciones estratégicas de inversión, por parte de cualquiera de los actores invitados.
- Levantar el Acta de Constitución de la Agencia de Competitividad Turística, así como los compromisos de cada participante, para lo cual a continuación se presenta el formato con el cual debe quedar constituida el acta.

Acta Constitutiva de la Agencia de Infraestructura (propuesta)

En el municipio de Cuernavaca del Estado de Morelos siendo las _____ horas del día ____ de _____ del 200_, en el lugar que ocupa _____ de Cuernavaca ubicado en _____ de este municipio; por una parte, el C.C. _____, representando al Municipio de Cuernavaca; el C.C. _____, Secretario de Infraestructura Urbana, Obras y Servicios Públicos del municipio de Cuernavaca; el C.C. _____ Secretario de Desarrollo Sustentable; C.C. Secretario de Desarrollo Económico y el C.C. _____ Secretario del H. Ayuntamiento del municipio de Cuernavaca.

Por otra parte, y representando al Gobierno Federal estuvieron presentes en este acto los C. C. _____ de las Secretarías _____ en el ámbito federal.

Por otra parte, y representando al Gobierno Estatal estuvieron presentes en este acto los C. C. _____ de las Secretarías _____ en el ámbito estatal.

Acto seguido, el C. _____, Secretario del H. Ayuntamiento del Municipio sede da lectura a la siguiente Orden del día:

ORDEN DEL DÍA:

1. Presentación de invitados.
2. Bienvenida y explicación de motivos por parte del C. _____
3. Exposición del Programa por parte del C. _____
4. Designación de los integrantes de la agencia de infraestructura y acto de instalación de la misma, por parte de los Ciudadanos: _____.
5. Asuntos Generales.

Una vez instalada la asamblea, por conducto del C. _____ Secretario de Turismo del Estado de Morelos, se dio la bienvenida y explicación de motivos de la reunión a los asistentes. Se anexa en esta acta la lista de asistencia.

Enseguida, el C. _____ presentó una breve introducción acerca de la importancia de la Agenda de Competitividad Turística del Destino de Cuernavaca que cuentan con recursos y los beneficios para la comunidades del municipio que integran la zona de estudio, destacando la importancia de la participación de los presentes, refiriéndose a los representantes de los distintos grupos y organismos que formarán la Agencia de Competitividad de Cuernavaca, así como destacar la importancia de otorgarle el seguimiento adecuado a las acciones estratégicas propuestas por la misma, de tal manera que propone a las partes presten apoyo para que las acciones estén en condiciones de reunir los requisitos necesarios para tener acceso a los recursos federales que ofrece la Agenda. La petición fue aceptada y aprobada por todos los asistentes.

Enseguida, el C. _____ cedió la palabra al C: _____, quien expuso el propósito de la Agenda, con la presentación de sus objetivos, su misión, principios de actuación, cobertura, los proyectos factibles de apoyarse con esta Agenda, el cual operará a través de un fideicomiso de carácter público y contará con un Comité Técnico y una Agencia de de Competitividad Turística. Nombró a quienes serán los integrantes de dicha Agencia e hizo entrega de un documento informativo de la Agenda de Competitividad del Destino Turístico de Cuernavaca.

ACUERDOS:

Primero. Para todos los efectos legales y administrativos y de acuerdo con el artículo _____, capítulo _____ “ _____ ” de la Ley _____, que dice:

_____, fomentarán la coordinación y la concertación de acciones e inversiones entre los sectores público, social y privado para:

- I. La aplicación de la Agenda de Competitividad Turística del Destino de Cuernavaca.
- II. El establecimiento de mecanismos e instrumentos financieros para el desarrollo regional, turístico y urbano.
- III. El otorgamiento de incentivos fiscales, tarifarios y crediticios para inducir el ordenamiento.
- IV. La canalización de inversiones en reservas territoriales, infraestructura, equipamiento y servicios urbanos, generadas por las inversiones y obras federales.

Por lo anterior, se procede a instalar la Agencia de Competitividad Turística, que se denominará en lo sucesivo “La Agencia”.

Segundo. En cumplimiento a los artículos ya mencionados, “La Agencia” queda integrada por las siguientes personas, antecediéndoles el cargo que ocuparán dentro de la misma.

Coordinador General _____ Director de

Secretario Técnico: _____ Director del
Comité de Planeación.

Encargado de Asuntos Administrativos: _____

Vocales Propietarios²:

Vocal _____ Representante del gobierno federal

Vocal: _____ Representante del gobierno estatal

Vocal: _____ Representante del gobierno
municipal.

Vocal _____ Representante sector social estatal

Vocal _____ Representante sector social del municipio
de Tepoztlán.

Vocal _____ Representante del sector privado estatal

Vocal _____ Representante del sector privado del
municipio de Cuernavaca.

Vocal _____ Asesor del sector privado

Vocal _____ Asesor del sector privado

Vocal _____ Asesor del sector social

Vocal _____ Asesor del sector social

Sujetos a la aceptación de la invitación o convocatoria de que sean objeto. Por cada uno de los representantes propietarios de “La Agencia”, salvo el Coordinador General de la misma, se designará un suplente. El Coordinador será suplido en sus ausencias por el Secretario Técnico de “La Agencia”. Los suplentes tendrán las

²El número de vocales será directamente proporcional al número de sectores participantes en la agencia, por ende esta acta constitutiva es una propuesta ya que el número de vocales puede variar.

mismas facultades que los representantes propietarios para la toma de decisiones en la ejecución de los acuerdos de “La Agencia”, en el cumplimiento de sus objetivos y funciones.

Tercero. “La Agencia” es el instrumento operativo del Programa, la cual tiene los siguientes propósitos:

- Promover el desarrollo de Cuernavaca y facilitar la toma de decisiones.
- Impulsar paquetes de proyectos turísticos detonadores.
- Garantizar la continuidad de los paquetes de proyectos.
- Ser órgano consultivo y propositivo en la etapa de selección de los paquetes de proyectos.
- Ser órgano ejecutivo en la etapa de elaboración de algunos de los proyectos constructivos, creando una figura de asociación público-privada por cada proyecto.

Cuarto. Corresponde al Coordinador General de “La Agencia” el desempeño de las siguientes funciones:

- I. Presidir las reuniones de “La Agencia”, y, en su ausencia, delegará su representación en el Secretario Técnico.
- II. En general, llevar a cabo todas aquellas funciones que sean necesarias para el buen funcionamiento de “La Agencia”.

Quinto. Corresponde al Secretario Técnico el desempeño de las siguientes funciones:

- I. Autorizar la Orden del día de las sesiones de trabajo de “La Agencia”, conjuntamente con el Coordinador General.
- II. Apoyar técnica y operativamente las acciones de “La Agencia”, llevando el seguimiento de las sesiones de la misma, constituyéndose en auxiliar operativo del proyecto que corresponda, según la materia a resolver.
- III. Mediante comunicaciones oficiales, informar a todos los miembros de “La Agencia” de las fechas y horas de celebración de las sesiones de la misma.
- IV. Levantar las actas de sesiones que celebre “La Agencia” y presentarlas al Coordinador General para su aprobación.
- V. Autorizar conjuntamente con el Coordinador General las actas de las sesiones que celebre “La Agencia”, y validar los acuerdos tomados en éstas.
- VI. Elaborar y mantener actualizado el directorio de funcionarios integrantes de “La Agencia”.
- VII. Llevar y mantener actualizado el archivo de “La Agencia”.
- VIII. Enviar un ejemplar asignado de las actas de cada sesión de “La Agencia” a sus oficinas centrales, en pro de una mayor coordinación de los objetivos de “La Agencia”.
- IX. En general, desarrollar todas aquellas funciones materia de “La Agencia” que le sean encomendadas por el Coordinador General.

- X. Suplir las ausencias y funciones del Coordinador General. Atender en un lapso no mayor de 15 días hábiles, según sea el caso, los acuerdos que tome “La Agencia”.
- XI. Firmar conjuntamente con el Coordinador General las actas de todas las sesiones de “La Agencia”, para su validez y hacerlas oficiales.
- XII. Aplicar los sistemas y procedimientos de acuerdo a las reglas de operación requeridas para el funcionamiento de “La Agencia” y el “Programa de Desarrollo Turístico de Tepoztlán”, auxiliado por el Encargado de Asuntos Administrativos.

Sexto. Corresponde al Encargado de Asuntos Administrativos el desempeño de las siguientes funciones:

- I. Auxiliar al Secretario Técnico de “La Agencia”, en los sistemas y procedimientos y reglas de operación.
- II. Administrar los recursos de “La Agencia” e informar a los integrantes el estado de las finanzas.
- III. Realizar todas las funciones encomendadas por el Coordinador General de “La Agencia”.

Séptimo. Corresponde a los vocales representantes de los gobiernos federal, estatal y municipal el desempeño de las siguientes funciones:

- I. Presentar al Coordinador General de “La Agencia”, en un acta, la opinión de los miembros respecto de los asuntos que el/ellos mismo/s conozca/n.
- II. Obtener la información confiable sobre los proyectos turísticos detonadores del municipio, a fin de sistematizarla y actualizarla con miras a incluirla en los programas correspondientes.
- III. Realizar todas las funciones encomendadas por el Coordinador General de “La Agencia”.

Octavo. Corresponde a los vocales representantes de los sectores social y privado el desempeño de las siguientes funciones:

- I. Vigilar de acuerdo a su competencia, el desarrollo de los programas materia de “La Agencia”
- II. Supervisar el cumplimiento de las normas, políticas y acuerdos dictados por “La Agencia”.
- III. Emitir su opinión y voto con relación a las propuestas y asuntos que se le presenten a “La Agencia”, debidamente sustentadas en la Agenda.
- IV. En general, llevar a cabo todas aquellas funciones relacionadas con los objetivos de “La Agencia”, que le sean encomendadas.

Noveno. Corresponde a todos los Vocales Asesores el desempeño de las siguientes funciones:

- I. Emitir su opinión y voto con relación a las propuestas y asuntos que le presenten a “La Agencia”, debidamente sustentada en la Agenda.
- II. Emitir su opinión y voto de calidad respecto al impacto social y económico que tendrán las acciones propuestas a emprender por la Agenda.
- III. Firmar las actas donde se consignent los acuerdos que se tomen en sesiones de “La Agencia”.
- IV. Promover y agilizar las acciones tendientes a lograr el cumplimiento de los objetivos de “La Agencia”.

Décimo. “La Agencia” se reunirá para cumplir con sus funciones en sesiones ordinarias y extraordinarias.

- I. Las sesiones ordinarias se llevarán a cabo mensualmente, en día y hora establecidos en la primera reunión y se tratarán los asuntos relacionados en la orden del día que se entregará con anticipación.
- II. De igual forma, podrá reunirse en sesiones extraordinarias cuando así lo estime necesario el Presidente o lo soliciten los miembros de “La Agencia”, a través de algún Vocal Ejecutivo para cuyo efecto se enviará la comunicación correspondiente cuando menos con 48 horas de anticipación.
- III. Se considerará que existe quórum legal para efectuar las reuniones de “La Agencia”, cuando haga acto de presencia el Presidente, el Coordinador General, y la mitad más uno de los Vocales Propietarios.
- IV. Los acuerdos o resoluciones se tomarán por mayoría de votos de los miembros presentes, teniendo el Presidente de “La Agencia” voto de calidad.

Décimo Primero. “La Agencia” podrá constituir las Comisiones de Trabajo que consideren necesarias para el mejor desempeño de los trabajos acordados, así como designar Coordinadores Operativos por cada programa.

Décimo Segundo. Así mismo, se somete a consideración de los presentes la posibilidad de que se constituyan la representación municipal, que una vez establecidas, informen en tiempo y forma a “La Agencia”, las acciones, actividades y todos aquellos fines tendientes a cumplir los objetivos establecidos en la Agenda.

Décimo Tercero. En el desahogo del último punto de la orden del día y a pregunta del Coordinador General de “La Agencia” a los funcionarios integrantes de la misma, manifestaron no tener ningún otro asunto que tratar, por lo que se cierra la presente acta firmada para su constancia por lo que en ella intervinieron, siendo las _____ horas del día _____ de _____ del año _____.

Décimo Cuarto. Una vez constituida “La Agencia” formalmente por parte de la coordinación general se tendrá la obligación de presentar en un término no mayor de 90 días un reglamento interno que normará el funcionamiento, así como las causales de remoción y suplencia de los integrantes de la referida “Agencia”.

TESTIGOS DE HONOR

El C. _____ Presidente Municipal de Cuernavaca.

El C. _____ Secretario del Municipio

Por el Gobierno Federal: El C. _____

POR LAS PARTES:

Por la Agencia de Competitividad Turística

El C. _____ Coordinador General de la Agencia de Competitividad Turística.

El C. _____ Secretario Técnico de la Agencia de Competitividad Turística.

El C. _____ Encargado de Asuntos Administrativos de la Agencia de Competitividad Turística.

El C. _____ Vocal propietario.

El C. _____ Vocal propietario representante del Gobierno del Estado.

El C. _____ Vocal propietario representante del municipio de Cuernavaca

El C. _____ Vocal propietario representante del Sector Social del Estado de la Agencia de Competitividad Turística.

El C. _____ Vocal propietario representante del Sector Social del Municipio de Cuernavaca de la Agencia de Competitividad Turística.

El C. _____ Vocal propietario representante del Sector Privado del Estado de la Agencia de Competitividad Turística.

El C. _____ Vocal propietario representante del Sector Privado del Municipio de Tepoztlán de la Agencia de Competitividad Turística.

El C. _____ Vocal propietario asesor del Sector Social de la Agencia de Competitividad Turística.

El C. _____ Vocal propietario asesor del Sector Social de la Agencia de Competitividad Turística.

El C. _____ Vocal propietario asesor del Sector Privado de la Agencia de Competitividad Turística.

El C. _____ Vocal propietario asesor del Sector Privado de la Agencia de Competitividad Turística.

Instrumentos de coordinación interinstitucional

La demanda de recursos para el Comisionado de la Agenda de Competitividad del Destino Turístico Cuernavaca (ACDT) obliga a pensar en la coordinación interinstitucional como una necesidad eventual o esporádica, por lo cual es importante destacar la existencia de instancias y mecanismos para tal propósito, así como la posibilidad de mejorarlos o utilizarlos de una manera más intensa y eficaz.

Sin duda, el Comisionado de la Agenda, apoyado por el **Consejo Consultivo Estatal de Turismo**, con sus atribuciones, su conformación operativa abierta a los tres órdenes de gobierno y a las representaciones ciudadanas, así como la posibilidad que tiene para conformar consejos consultivos municipales, constituye un instrumento de gestión de incalculable valor y fuerza potencial, con todo y las naturales complejidades políticas que supone la concertación y coordinación en este medio. La posibilidad de formalizar y reglamentar su operación, representa, entonces, la oportunidad de contar con una visión programática de mediano plazo, que sirva de sustento real al proceso de decisiones de cada institución o sector en materia de desarrollo del Programa, disminuyendo en lo posible la dispersión de esfuerzos o la contraposición de los mismos.

El municipio en las sesiones del Consejo Consultivo Estatal de Turismo postulando estudios, planes, evaluaciones, programas, proyectos, acciones, obras de infraestructura y equipamiento cuando se traten asuntos de su jurisdicción, competencia e interés, así como para conocer de los avances físicos y financieros de los programas y proyectos ejecutados en el ámbito de su jurisdicción y competencia.

Las principales funciones del Consejo serán las siguientes:

- Determinar los criterios para la alineación de las propuestas con el Plan Nacional de Desarrollo, el Plan Estatal de Desarrollo, el Programa Estatal de Turismo, el Plan de Desarrollo Municipal, la Agenda de Competitividad del Destino Turístico de Cuernavaca y los programas de desarrollo urbano del ámbito estatal y municipal.
- Establecer los criterios para asignar prioridad y prelación a los planes, estudios, evaluaciones, acciones, programas, proyectos y obras de infraestructura y su equipamiento.
- Revisar que los planes, estudios, evaluaciones, acciones, programas, proyectos y obras de infraestructura se encuentren claramente delimitados y localizados dentro del perímetro urbano de la Zona Metropolitana.
- También revisará aquellos estudios, evaluaciones, acciones, programas, proyectos y obras de infraestructura y su equipamiento que se ubiquen en el espacio territorial de Cuernavaca.

Adicionalmente, desde la perspectiva particular de algunas de las instituciones involucradas, también es posible intensificar los procesos de consulta para asuntos particulares.

Instrumento de Promoción y Comercialización

Fideicomiso Turismo Morelos (FITUR).

Los fideicomisos son mecanismos que deben concebirse para operar durante períodos largos de tiempo, necesarios para que los proyectos maduren y permanezcan al margen de los vaivenes de las administraciones gubernamentales, trascendiéndolas para garantizar el manejo de los recursos, así como poseer altos grados de flexibilidad para realizar una variada gama de acciones.

El 31 de diciembre de 1999, el H. Congreso del Estado de Morelos, mediante decreto número ochocientos noventa y cinco, publicado en el Periódico Oficial “Tierra y Libertad”, número 4024, autorizó la modificación a la Ley General de Hacienda del Estado de Morelos, estableciendo el Impuesto Sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje, a cargo de los usuarios de los mismos.

El 9 de mayo de 1999 el H. Congreso del Estado Libre y Soberano de Morelos Mediante decreto número ciento treinta aprobado, publicado con fecha, en el Periódico Oficial “Tierra y Libertad”, órgano informativo del Gobierno del Estado de Morelos, número 4115, en el que se modifican los artículos 384 Bis-15 y 384 Bis-16 de la Ley General de Hacienda del Estado de Morelos, se autorizó la constitución de un Fideicomiso Público de Administración, Inversión y Ejecución, con participación de la iniciativa privada con la finalidad de aplicar eficazmente el capital financiero que se recaude por concepto de este impuesto.

El 27 de diciembre de 2006, mediante decreto número ciento ocho por el que se reforma los artículos 25, tercer párrafo, 45 primer párrafo, 79 párrafo primero y 104, Fracción I de la Ley General de Hacienda del Estado de Morelos; para optimizar, fomentar y desarrollar la difusión del Estado de Morelos en todo el país y en el extranjero en el plano turístico se ha considerado indispensable intensificar las acciones que en esa materia han desarrollado en forma conjunta el Gobierno del Estado y la iniciativa privada.

El impuesto Sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje tiene como finalidad la promoción turística del Estado; entendiéndose por tal la ejecución de programas cuyo objetivo sea dar a conocer a nivel regional, nacional e internacional, mostrando los atractivos y facilidades que el Estado de Morelos ofrece en el ámbito de negocios, social y de recreación, la promoción turística se hará conforme a los lineamientos que se determinarán en los citados programas, mismos que orientarán el destino de los recursos que se obtengan de la recaudación del mencionado impuesto y de la participación de la iniciativa privada para constituir el patrimonio del Fideicomiso, en el que se constituirá el Comité Técnico integrado por representantes de los sectores público y privado.

El Comité Técnico del Fideicomiso Turismo Morelos a que se refiere el párrafo que antecede, se conformará por un Presidente que será el Gobernador del Estado quién tendrá voto de calidad, siete representantes más del Poder Ejecutivo, seis

miembros de la iniciativa privada que representen a todas las agrupaciones de prestadores de servicios de hospedaje y dos integrantes que representen a todas las agrupaciones de parques acuáticos y balnearios legalmente constituidas en el Estado de Morelos.

Este fideicomiso se denomina Fideicomiso Turismo Morelos quien se encargará de planear y conducir sus actividades con sujeción a los objetivos, estrategias y prioridades que se establezcan en el contrato de fideicomiso y a las disposiciones de su Comité Técnico, de manera tal que su quehacer se encamine al logro del objetivo para el que fue creado.

Los fines principales del Fideicomiso Turismo Morelos se enuncian a continuación:

- La realización de campañas de difusión y promoción turística a nivel Nacional e Internacional.
- La realización de estudios e investigaciones que apoyen a la toma de decisiones estratégicas en todo lo referente al comportamiento pasado, presente o futuro de la actividad turística del Estado de Morelos.
- La realización de obras físicas de infraestructura turística que el Comité Técnico determine.
- La prestación de servicios públicos o privados que estén directamente vinculados a la actividad turística en el Estado de Morelos.
- La prestación de servicios de información, apoyo y asistencia para los turistas en el Estado de Morelos.
- La promoción de los destinos turísticos de nuestro Estado, incluyendo la implementación de los señalamientos de las rutas que permitan un mejor acceso a los mismos.

Se propone que el municipio de Cuernavaca, participe en las reuniones del Fideicomiso cuando los programas y proyectos que se presenten a la consideración del Comité Técnico, estén vinculados con su competencia y jurisdicción, en materia de promoción y comercialización turística del Destino de Cuernavaca.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



**Secretaría
de Turismo**

Estudio de Competitividad Turística del Destino Cuernavaca, Morelos

MATRIZ DE COMPROMISOS

Universidad Autónoma del Estado de Morelos



SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



**Secretaría
de Turismo**



Estructura de Contenido

MATRIZ DE COMPROMISOS	2
En materia de política a favor del turismo municipal.....	2
En materia de Planeación Turística	3
En materia de Desarrollo de Productos Turísticos.....	4
En materia de Promoción y Comercialización Turística.....	5
En materia de Capacitación y Certificación Turística.....	6
En materia de Infraestructura y Equipamiento Turístico	7
En materia de Financiamiento Turístico.....	8

MATRIZ DE COMPROMISOS

En materia de política a favor del turismo municipal

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLE	AVANCES
Aprobación y Publicación de la Agenda de Competitividad Turística del Destino de Cuernavaca (ACDT)	Gestionar y concertar la publicación de la Agenda de Competitividad Turística en el Periódico Oficial Tierra y Libertad	Secretaria de Turismo Secretaria de Gobierno	Una vez que la Agenda sea revisada y aprobada por la Secretaria de Gobierno y la Subsecretaría de Planeación de la Secretaría de Hacienda del Gobierno del Estado de Morelos se gestionará la publicación de la ACDT
Agencia de Competitividad Turística de Cuernavaca	Gestionar la creación y operación de una Agencia de Competitividad Turística de la ACDT	Gobierno del Estado Secretario de Gobierno Secretaria de Hacienda Secretario de Turismo Presidente Municipal de Cuernavaca	En proceso
Cartera de proyectos de Cuernavaca 2014	Gestionar y concertar la aprobación de la ejecución de las obras contempladas en la ACDT ante el Presidente Municipal de Cuernavaca y el Cabildo	Secretaria de Turismo Presidente Municipal de Cuernavaca Cabildo	Se concertará una reunión para presentar la cartera de proyectos ante el Municipio de Cuernavaca para su visto bueno y aprobación
Convenio de Coordinación para el Otorgamiento de un Subsidio en Materia de Desarrollo Turístico 2014	Gestionar y concertar ante la SECTUR Federal que contemple en el convenio 2014 la cartera de proyectos derivadas de la ACDT	Gobierno del Estado de Morelos Secretario de Turismo	Se encuentra en proceso de elaboración la Carta de Intención de los proyectos a considerar en el convenio 2014 dirigida a la Secretaria de Turismo Federal
FIDECOMP	Elaborar los expedientes de la cartera de proyectos Cuernavaca 2014 para su entrega ante el FIDECOMP / Gestionar ante el Comité Técnico del Fideicomiso Ejecutivo del Fondo de Competitividad y Promoción del Empleo (FIDECOMP) la aprobación de los proyectos	Secretaria de Turismo Secretaria de Economía FIDECOMP	Se encuentra en proceso de integración de los expedientes técnicos y gestión de los recursos requeridos para la ejecución de las obras de Cuernavaca 2014

En materia de Planeación Turística

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLE	AVANCES
Presentación Oficial de la ACTD Cuernavaca	Presentación de la ACTD Cuernavaca ante el Consejo Estatal de Turismo, el Consejo Consultivo de Turismo del Municipio de Cuernavaca y el Consejo Empresarial Turístico de Morelos (CETUR)	Secretaria de Turismo Consejo Empresaria de Turismo de Morelos (CETUR)	Programar las fechas de presentación
Estudio del Perfil del Visitante y Grado de Satisfacción del Turista al Destino de Cuernavaca	Elaborar un estudio del perfil de visitante a Cuernavaca, documento que permitirá monitorear la actividad turística	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Sistema de Información Turística del Destino de Cuernavaca	Recopilar e integrar una base de datos de las principales variables turísticas del Destino Turístico de Cuernavaca	Prestadores de servicios Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Estudios y diagnósticos estratégicos de los productos turísticos del Destino de Cuernavaca	Estudios estratégicos de los productos turísticos del Destino de Cuernavaca	Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso

En materia de Desarrollo de Productos Turísticos

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLE	AVANCES
Desarrollo de productos del turismo de salud (spa y medicina tradicional)	Diseño y armado del producto de turismo de salud (articulación e integración de los atractivos, servicios y actividades)	Prestadores de servicios Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Impulsar y fomentar el Segmento de Bodas como producto estratégico	Diseñar, desarrollar e implementar esquemas de promoción y comercialización del Segmento de Bodas	Prestadores de servicios Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Impulsar el turismo de reuniones y negocios como producto estratégico	Diseñar, desarrollar e implementar esquemas de promoción y comercialización del Segmento de Bodas	Prestadores de servicios Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Desarrollo de productos de Turismo de Naturaleza	Diseñar y desarrollar acciones que impulsen y fomenten el turismo de naturaleza en Cuernavaca	Prestadores de servicios Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca Delegaciones Federales	En proceso
Desarrollo de productos de Turismo Cultural	Diseñar y desarrollar acciones que impulsen y fomenten el turismo cultural	Prestadores de servicios Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Impulsar y fomentar el Turismo Idiomático (Escuelas de Español)	Participar en ferias y eventos internacionales Realizar caravanas promocionales en Estados Unidos y Canadá	Prestadores de servicios Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso

En materia de Promoción y Comercialización Turística

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLE	AVANCES
Campaña de Promoción Turística	Desarrollar e implementar una campaña de promoción del Destino Cuernavaca en conjunto con los prestadores de servicios y el Ayuntamiento Municipal de Cuernavaca	Prestadores de servicios Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca CPTM FITUR	En proceso
Diseño de materiales promocionales digitales e impresos	Diseñar un paquete básico de material promocional del Destino de Cuernavaca	Prestadores de servicios Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca CPTM FITUR	En proceso
Esquemas y mecanismos de Comercialización Turística	Impulsar acciones de comercialización a través de desayunos venta en el Distrito Federal, diseño e impresión de catálogos y planeadores de viajes	Prestadores de servicios Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca Touroperadores Mayoristas FITUR	En proceso
Portal de Internet del Destino de Cuernavaca	Diseño, desarrollo y operación de un portal de internet con motor de reserva, línea telefónica y aplicaciones en redes sociales	Prestadores de servicios Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca Touroperadores Mayoristas FITUR	En proceso

En materia de Capacitación y Certificación Turística

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLE	AVANCES
Diagnóstico de Capacitación Turística	Diagnosticar las necesidades y requerimiento de capacitación del Destino de Cuernavaca	Prestadores de servicios Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Programa Integral de Capacitación del Destino Cuernavaca	Implementar el Programa Integral de Capacitación del Destino de Cuernavaca	Prestadores de servicios Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Certificación Turística	Impulsar y fomentar acciones para incrementar el número de Distintivos H, M y Punto Limpio	Prestadores de servicios Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Formación de Guías turísticos especializados y locales	Impulsar la certificación de guías turísticos especializados y locales	Prestadores de servicios Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso
Cartilla Turística Infantil	Diseñar, desarrollar e imprimir la Cartilla Turística Infantil	Prestadores de servicios Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca DIF Estatal y Municipal	En proceso

En materia de Infraestructura y Equipamiento Turístico

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLE	AVANCES
Proyecto del Centro Histórico de Cuernavaca (Primera Etapa)	Ejecución de la primera etapa de las obras del Centro Histórico de Cuernavaca	Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca FIDECOMP Secretaría de Obras Públicas SECTUR Federal	En proceso
Señalización Turística de Cuernavaca (Primera Etapa)	Ejecución de la primera etapa de las obras de Señalización Turística de Cuernavaca	Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca FIDECOMP Secretaría de Obras Públicas SECTUR Federal	En proceso
Adquisición, instalación y operación de un Módulo de Información Turística (primera etapa)	Instalación de un Módulo de Información Turística en el Centro Histórico de Cuernavaca (primera etapa)	Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca FIDECOMP Secretaría de Obras Públicas SECTUR Federal	En proceso
Centro Cultural y de Convenciones de Teopanzolco Cuernavaca	Gestionar y concertar con el sector privado la construcción y operación del Centro de Convenciones en Teopanzolco	Gobierno del Estado de Morelos Secretaría de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico de Cuernavaca Secretaría de Economía FIDECOMP Secretaría de Obras Públicas SECTUR Federal Iniciativa Privada Centro INAH Delegación Morelos	En proceso

En materia de Financiamiento Turístico

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLE	AVANCES
Programa de Financiamiento al Sector Turístico (PROFISTUR)	Promover los esquemas y mecanismos de financiamiento al sector turístico que ofrece PROFISTUR	Secretaria de Turismo Secretaria de Desarrollo Económico de Cuernavaca	En proceso

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



**Secretaría
de Turismo**

Estudio de Competitividad Turística del Destino Cuernavaca, Morelos

RECOMENDACIONES PARA LA PLANEACIÓN, MOVILIDAD Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL DESTINO DE CUERNAVACA

Universidad Autónoma del Estado de Morelos



Estructura de Contenido

RECOMENDACIONES PARA LA PLANEACIÓN, MOVILIDAD Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL DESTINO DE CURNAVACA.....	2
En materia de Planeación.....	2
En materia de Ordenamiento Territorial.	5
En materia de Movilidad.	9

RECOMENDACIONES PARA LA PLANEACIÓN, MOVILIDAD Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL DESTINO DE CUERNAVACA

Derivado del análisis detallado del contexto en el que se desenvuelven actualmente el Municipio de Cuernavaca y los centros de población inmersos en la Zona Conurbada de Cuernavaca, y habiendo identificado la problemática común entre los municipios participantes, se cuenta con los elementos necesarios para hacer algunas recomendaciones en materia de planeación, movilidad y ordenamiento territorial que permitan orientar el crecimiento adecuado de Cuernavaca, y en su caso la corrección de aquellos fenómenos urbanos que se estén dando en forma desordenada.

En materia de Planeación.

a) Fortalecer el Área de Desarrollo Urbano Municipal.

Para llevar a cabo las acciones en materia de planeación, seguimiento, control, evaluación y retroalimentación del desarrollo urbano es necesario que el Municipio cuente con los recursos humanos, técnicos y económicos suficientes y adecuados, así como con un área exclusiva en materia de Desarrollo Urbano encargada de las funciones que le confiere la Ley de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano Sustentable del Estado de Morelos.

En virtud de lo anterior, y con el propósito de fortalecer la administración urbana municipal, es recomendable que, en coordinación con el Gobierno del Estado, se realicen las siguientes acciones:

- Integrar el equipo local de planeación urbana;
- Capacitar al equipo local tanto en materia de planeación urbana como de regulación de los usos y destinos del suelo;
- Convenir con la Subsecretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda los términos bajo los cuales se capacitará al equipo técnico local, para que ejerza sus atribuciones en materia de planeación urbana y de regulación de los usos y destinos del suelo.

En este sentido, se recomienda que el Gobierno del Estado a través de la Secretaría de Desarrollo Sustentable, realice las gestiones necesarias para capacitar al personal técnico del Ayuntamiento para que cuenten con el personal especializado para prestar el servicio público en la materia urbana que le compete así como, en su caso, desempeñar funciones normativas, de coordinación, supervisión y apoyo a las autoridades municipales.

b) Creación del Instituto Municipal de Planeación.

El Ayuntamiento de Cuernavaca deberá de promover la creación de su respectivo Instituto Municipal de Planeación, como organismo público descentralizado de la administración pública municipal, con personalidad jurídica y patrimonio propio.

Cada Instituto deberá desempeñarse como instancia técnica del Ayuntamiento, para la planeación integral del territorio municipal, conformándose con las áreas o dependencias municipales responsables de las funciones de planeación urbana y, en su caso, las funciones de planeación socio-económica y ambiental, así como las responsables de los sistemas de información geográfico y estadístico.

El objeto, atribuciones, patrimonio, integración y funcionamiento del Instituto Municipal de Planeación se establecerá en el Decreto de creación respectivo, así como en el Reglamento Interior que al efecto expida el H. Ayuntamiento correspondiente, conforme a las siguientes bases:

El Instituto Municipal de Planeación, como organismo público descentralizado de la administración pública municipal podrá ejercer, entre otras, las siguientes atribuciones:

- Coordinar e Instrumentar la consulta realizada a las diferentes dependencias y entidades paramunicipales, así como a las organizaciones de la sociedad civil y personas físicas o morales, que participen en el Sistema Municipal de Planeación;
- Establecer los lineamientos para la elaboración del Plan Municipal de Desarrollo;
- Proponer al Ayuntamiento en los planes y programas de desarrollo urbano, los lineamientos para imponer a la propiedad privada, las modalidades que dicte el interés público;
- Proponer al Ayuntamiento medidas para regular el aprovechamiento de los elementos naturales, con objeto de cuidar su conservación;
- Elaborar líneas de acción que tiendan a lograr el desarrollo equilibrado del municipio y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población;
- Proponer al Ayuntamiento las medidas necesarias para ordenar los asentamientos humanos y para establecer adecuadas provisiones, usos, reservas y destinos de tierras, aguas y bosques, a efecto de ejecutar obras públicas y de planear y regular la conservación, mejoramiento y crecimiento de los centros de población, conforme al Artículo 35 de Ley General de Asentamientos Humanos;
- Elaborar programas, acciones y metas para preservar y restaurar el equilibrio ecológico;
- Elaborar programas, acciones y metas para el desarrollo de las zonas no urbanizables del municipio, de aquellos lugares que cuenten con viabilidad de acuerdo a la Planeación Municipal;
- Emitir opiniones para que se procure evitar la destrucción de los elementos naturales y los daños que la naturaleza puede sufrir en perjuicio de la sociedad;

- Auxiliar al Ayuntamiento, al Presidente Municipal, a las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Municipal, en sus funciones de planeación;
- Elaborar los planes y programas del Sistema Municipal de Planeación;
- Evaluar y actualizar los planes y programas del Sistema Municipal de Planeación con visión integral del desarrollo;
- Proponer al Ayuntamiento los programas a seguir a corto, mediano y largo plazo, así como las medidas que faciliten la concurrencia y coordinación de las acciones, en materia de planeación;
- Conformar la integración de Comisiones Técnicas para el diseño de los instrumentos del Sistema Municipal de Planeación; y
- Recibir e integrar al diseño de los instrumentos del Sistema Municipal de Planeación, las propuestas que se generen de la consulta ciudadana a través de las diversas instancias de participación que establezcan las disposiciones aplicables.

De conformidad a lo establecido en la Ley de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano Sustentable del Estado de Morelos, corresponde a la Secretaría de Desarrollo Sustentable, instrumentar programas de capacitación a los equipos técnicos de los municipios en materia de planeación, ejecución y evaluación del desarrollo urbano; y a los municipios formular, revisar aprobar, administrar y ejecutar los programas municipales de desarrollo urbano y los que de éstos se deriven, su zonificación, correspondiente, así como evaluar y vigilar su cumplimiento. De acuerdo a las atribuciones anteriores, le corresponde a los municipios poner en práctica los instrumentos de planeación, de ahí la importancia de contar con equipo técnico actualizado y personal capacitado, para tal fin.

En ese sentido, se plantean las siguientes líneas de acción en apoyo al municipio de Cuernavaca:

- Capacitación permanente del equipo técnico municipal.
- Establecer convenios de coordinación Estado-municipio, para coadyuvar en la formulación o actualización de sus programas de desarrollo urbano.
- Establecer convenios de coordinación Estado-municipio, para la transferencia de atribuciones al Estado en materia de regulación de usos y destinos del suelo.
- Instalación de los Consejos Municipales de Desarrollo Urbano.
- Propiciar la participación de los sectores social y privado en la formulación de programas de desarrollo urbano.
- Propiciar la participación social en la fundación, conservación, mejoramiento y crecimiento de los centros de población.
- Promover la constitución y registro de agrupaciones comunitarias que participen en el desarrollo urbano de los centros de población, bajo cualquier forma jurídica de organización.
- Establecer foros de consulta pública continuos, con el propósito de que la población participe en la formulación, actualización y evaluación de los programas de desarrollo urbano.

En materia de Ordenamiento Territorial.

En materia de ordenamiento territorial se mencionan las siguientes recomendaciones.

Con base al modelo de ordenamiento territorial del Programa de Ordenación de la Zona Conurbada Intermunicipal, en su Modalidad de Centro de Población de Cuernavaca, Emiliano Zapata, Jiutepec, Temixco y Xochitepec, elaborado por la UAEM, recomienda:

- Impulsar y el aprovechamiento de los recursos naturales ubicados en la zona norte, oriente y suroriente de la Zona Conurbada de Cuernavaca.
- Aprovecha la concentración de población, la infraestructura y el equipamiento para actividades propias del turismo.
- Aprovecha la actividad turística de manera formal en la región centro poniente a la cual pertenece la zona conurbada; la cual considera la unión de las regiones centro poniente y sur.
- Toma como base de su estrategia la red carretera como potencial de integración de los asentamientos humanos.
- El modelo proyecta contribuir a reducir el desequilibrio del desarrollo económico y social, equilibrando el aprovechamiento racional y la preservación del medio ambiente al integrar una adecuada ocupación física del espacio.
- Consolidar y diversificar la oferta turística existente
- Aprovechar el patrimonio histórico y cultural
- Consolidar la zona conurbada de Cuernavaca como la ciudad más importante del Estado
- Dotar de la infraestructura de comunicaciones y transporte acorde a las demandas de desarrollo económico.

En materia del desarrollo económico y social de Cuernavaca, señala que el ordenamiento territorial resulta categórico, el cuidado y correcto aprovechamiento de su patrimonio natural, cultural y social también son factores determinantes en la viabilidad de su desarrollo.

Para orientar un crecimiento adecuado del municipio de Cuernavaca, y en su caso la corrección de aquellos fenómenos urbanos que se están dando en forma desordenada, se definieron algunas acciones para la Zona Conurbada en Cuernavaca, las cuales se basan en la regulación y ordenación del crecimiento urbano, mismas que se enuncian a continuación.

- a) Impulso: Acción orientada a canalizar recursos destinados al desarrollo urbano del destino para asegurar un efectivo estímulo a su crecimiento.
- Impulsar sistemas de parques urbanos que permitan un aprovechamiento sustentable en la riqueza biológica dentro y fuera de las áreas urbanas.
 - Impulso de la actividad turística, definiendo para ello diversas zonas de usos

especiales, en las cuales se pretende el impulso a actividades y servicios turísticos, actividades recreativas, deportivas y de alojamiento hotelero y residencial.

- Impulsar el crecimiento ordenado de las áreas urbanas.
- Impulsar la formulación y actualización de los instrumentos normativos que permitan una adecuada administración del territorio de Cuernavaca, así como la permanente revisión de los mismos.
- Impulso para el fortalecimiento de las relaciones funcionales entre las zonas conurbadas del Estado.
- Impulso para el fortalecimiento de la infraestructura básica en las localidades con mayor déficit.
- Impulso a la vivienda, mediante la implementación de mecanismos que permitan reducir el rezago de la vivienda.
- Impulsar acciones de mejoramiento y regulación de la imagen urbana y arquitectónica.
- Impulsar el desarrollo de un plan de mercadotecnia integral que defina un conjunto de acciones de promoción turística dirigidas a identificar y captar a los segmentos de mayor atracción y que contribuya a incrementar el número de turistas.
- Impulsar las acciones necesarias para fortalecer las condiciones de accesibilidad, que permita mejorar las condiciones la conectividad.
- Impulsar una Agencia de Competitividad Turística para la realización de proyectos estratégicos y detonadores.
- Impulsar reservas territoriales para el destino de los predios con los futuros equipamientos requeridos por la comunidad.
- Impulsar la compra anual de suelo urbano por parte de las autoridades para crear reservas territoriales.
- Impulsar proyectos de recuperación de espacios públicos con la finalidad de mejorar el hábitat de la población respetando su uso de suelo.

b) Control y Regulación: Se refiere a zonas que por sus características de uso del suelo requieren de un control.

- Control en las áreas urbanas colindantes a las barrancas, para que se eliminen las descargas directas sin tratamiento previo a los cuerpos de agua.
- Control del crecimiento de las áreas urbanas colindantes con el área natural protegida el Corredor Biológico Chichinautzin.
- Control del crecimiento urbano colindante a las barrancas.
- Control de autorizaciones de asentamientos y la introducción de servicios en zonas de minas, en pendientes mayores de 20 %, en áreas inundables, sobre derecho de vía de carretera, línea de altas tención, canales y ductos de PEMEX.

c) Mejoramiento: Se refiere a la acción tendiente a reordenar y renovar el centro de población, mediante el adecuado aprovechamiento de sus elementos materiales. Será aplicable para mejorar las condiciones de bienestar de la

población y resarcir los efectos negativos que el entorno natural y cultural han resentido. También se aplicará a las áreas carentes de servicios urbanos, equipamiento e infraestructura.

- Mejorar y promover el desarrollo de infraestructura carretera para eficiencia del servicio de comunicación y transporte y disminuir la saturación vial.
 - Mejorar la infraestructura urbana principalmente de las zonas deficitarias de los servicios de agua potable, drenaje y energía eléctrica.
 - Mejorar y ampliar el equipamiento existente en base a los requerimientos esperados a futuro para la zona conurbada, que le permitan elevar el nivel de servicios esperados.
 - Mejoramiento del Centro Histórico de Cuernavaca.
 - Mejoramiento de la vivienda mediante la promoción de programas como medida de dignificación y mejoramiento de la imagen urbana y turística.
- d) Consolidación: Acción aplicable a centros de población que requieren, se racionalice el uso del agua y del suelo, optimizando la infraestructura y el equipamiento urbano.
- Consolidación de las áreas urbanas mediante la saturación de lotes baldíos.
 - Implementación de campañas de uso racional del agua.
 - Implementar un Organismo Operador de Agua Potable y Alcantarillado.
- e) Conservación: Está orientada a mantener el buen estado de las obras materiales, de los edificios, monumentos, y en general de las áreas que constituyen acervos históricos y culturales, de manera puntual o zonalmente.
- Templos, capillas, haciendas, ex - haciendas y edificaciones en general que son considerados como monumentos arquitectónicos.
 - Se promoverá la conservación de la zona arqueológica de Teopanzolco, normando de manera específica el uso del suelo de los predios que las circunda.
 - Delimitación de las poligonales de las zonas arqueológicas por parte del Instituto Nacional de Antropología e Historia, para los cuales, todo desarrollador que pretenda erigirse, quedara restringido a la autorización y observancia de dicha dependencia.
 - Impulsar programas de desarrollo social que mejore el acceso a la cultura a la vez que fortalezcan la identidad local, fomentando la participación comunitaria que enseñe a conservar los patrimonios culturales.
- f) Crecimiento: Esta acción atenderá el crecimiento de las localidades mediante la determinación de las áreas necesarias para su expansión física.
- En todas las localidades que forman parte del área de estudio la política de

crecimiento que se recomienda es, en primera instancia, saturar los lotes baldíos existentes al interior de cada localidad.

- En las localidades mixtas y urbanas se recomienda además de lo anterior, en segunda instancia, la utilización de las áreas que se han determinado para el crecimiento de las zonas urbanas.
- Fomentar la elaboración de Programas Parciales de Desarrollo Urbano, Planes sectoriales de Manejo de Zonas de Crecimiento.
- Delimitar las áreas de actuación prioritaria y estratégica.

No obstante, a lo anterior, el desarrollo de lo anterior, dependerá de la capacidad de estructuración de la red vial propuesta, ya que la actual presenta deficiencias en el cumplimiento de su función, al estar rebasada por la demanda de movilidad de la actualidad; el sistema vial propuesto cumple las diferentes funciones de integración, por un lado aquellos que interconectan a sistemas urbanos consolidados o en proceso de consolidación y por el otro aquellos que sirven de enlace entre las áreas urbanas.

En materia de Movilidad.

En base a la problemática vial detectada en el diagnóstico y a efecto de mejorar la articulación de la red vial en el Municipio de Cuernavaca y la Zona Conurbada y eficientar su operación, se recomienda el fortalecimiento de la infraestructura básica interurbana para lo cual se requiere la ejecución de diversas obras, así como la realización de acciones complementarias, mismas que se relacionan a continuación:

- Carreteras: ampliación, rehabilitación, mantenimiento y equipamiento de las vías de comunicación en el Municipio y de la Zona Conurbada de Cuernavaca.
- Caminos de penetración a zonas agrícolas: construcción o rehabilitación de los caminos de saca y vados en el Municipio y de la Zona Conurbada de Cuernavaca.

Para la consecución de lo anterior, se plantearon nueve estrategias:

Línea Estratégica No.1

Lograr una estructura vial moderna y eficiente con un servicio de calidad y excelencia proporcionando acceso y comunicación permanente entre los centros de población del Municipio y de la Zona Conurbada de Cuernavaca para lograr una movilidad urbana sostenible.

Línea estratégica No.2

Ampliar y mejorar la infraestructura carretera

Línea Estratégica No.3

Eficientar la nomenclatura y señalización de la red vial.

Acciones:

- Formulación de un reglamento y un programa de señalización de la red vial urbana y turística
- Implementación de un Programa de señalización y semaforización

Línea Estratégica No.4

Reducir el impacto de vehículos de carga sobre las vialidades urbanas

Acciones:

- Establecer horarios específicos para el tránsito de vehículos de carga que no afecta al tránsito local de la población.
- Realización de políticas de carga, descarga y cruces de los vehículos de carga.

Línea Estratégica No.5

Liberar el espacio público y manejo de estacionamientos

Acciones:

- Generar zonas libres de automóviles para incentivar el uso del espacio público
- Recuperación y ampliación de los espacios peatonales (banquetas, ambulantes, vehículos de transporte público).
- Mejorar la accesibilidad para personas de movilidad reducida.
- Cierre de algunas calles del centro a la circulación del transporte público y de los automovilistas particulares
- Cambio de sentido en calles con el fin de dar mayor fluidez al tránsito local
- Fomentar el uso del espacio público a través de actividades recreativas.
- Diseño de recorridos de peatonalización que contemplen vegetación, anchos de banquetas e imagen urbana que invite al paseo.
- Prohibición de estacionamiento en vía pública sobre las vialidades primarias.
- Fomentar el uso del transporte no motorizado al interior de las localidades del Municipio y Zona Conurbada de Cuernavaca.
- Gestión y ordenación de las zonas de estacionamientos dentro de los centros urbanos con el uso eficiente del espacio urbano.

Línea Estratégica No.6

Reducir los accidentes de tránsito en la estructura vial del Municipio y de la Zona Conurbada de Cuernavaca.

Acciones:

- Establecer campañas permanentes encaminadas al manejo y respeto de las señales de tránsito.
- Difundir normas y reglamentos de Tránsito en escuelas y a la población en general.
- Operativos fuera de las escuelas y principales equipamientos (Planes de movilidad a centros escolares y de trabajo).
- Impulsar programa de educación vial.

Línea Estratégica No.7

Promover el aprovechamiento de los derechos de vía de los ferrocarriles y líneas de alta tensión.

Línea Estratégica No.8

Movilidad sustentable basada en la eficiencia y calidad del transporte público

Acciones:

- Configuración de un Sistema de Transporte que responda al modelo de ordenamiento con diferentes modos de transporte que permita liberar los centros de población de terminales que saturan el tránsito de las vialidades primarias.
- Gestión del transporte y fiscalidad (Planeación, control, regularización, gestión).
- Identificar las rutas que cuentan con un superávit y los recorridos repetitivos dentro del centro de las localidades.

Línea Estratégica No.9

Incentivar el uso del transporte público en forma preferente sobre el automóvil

Acciones:

- Regularización de tarifas del transporte público.
- Disminución de tiempos de recorridos.
- Ampliar la cobertura del transporte público a localidades con falta de este servicio.



Secretaría
de Turismo

Estudio de Competitividad Turística del Destino Cuernavaca, Morelos

BIBLIOGRAFÍA

Universidad Autónoma del Estado de Morelos



Secretaría
de Turismo



Bibliografía

- Plan Municipal de Desarrollo de Cuernavaca. 2013-2015.
- Plan de Mercadotecnia para la promoción del Estado de Morelos. MercCom, Mercadotecnia y Comunicación. Septiembre del 2007.
- Plan Estatal de Desarrollo. 2013-2018.
- Estudio de Gran Visión para el Desarrollo del Turismo de Naturaleza en el Estado de Morelos. Asesores en Desarrollo Turístico Sustentable, S.C., Diciembre del 2008.
- Plan de Reestructuración Turística de la Ciudad de Cuernavaca. 2004-2008. Fideicomiso de Turismo de Morelos. 2004.
- Proyecto Regional de Señalización Turística Innovadora para la Región Centro País. Long Tree, Consultoría y Desarrollo e Inmobiliario, S.A. de C.V.
- Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos. Centro de Investigación y Estudios Turísticos del Tecnológico de Monterrey, ICTEM, 2010.
- Planeación y Gestión del Desarrollo Turístico Municipal. Secretaría de Turismo Federal. 2004
- Competitividad y Desarrollo de Productos Turísticos. Fascículo I. Competitividad y Desarrollo de Productos Turísticos Exitosos. Secretaría de Turismo Federal, 2004.
- Competitividad y Desarrollo de Productos Turísticos. Fascículo III. Cómo Desarrollar Productos Turísticos Competitivos. Secretaria de Turismo Federal, 2004.
- Competitividad y Desarrollo de Productos Turísticos. Fascículo VIII. Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios. Secretaria de Turismo Federal, 2004.
- “Estudio de Perfil, Hábitos de Viaje y Grado de Satisfacción del Visitante al Estado de Morelos, Estimación de visitantes y derrama económica por turismo en Morelos, Implementación Sistema Estatal de Indicadores Turísticos primera medición y Análisis de la Oferta Turística, Estado y Percepción de los empresarios turísticos sobre el turismo en el Estado 2008, 2009, 2010.
- Anuario Estadístico del Estado de Morelos. INEGI, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012.

- Compendio Estadístico del Turismo en México. Secretaría de Turismo Federal, 2012.
- Sistema de Inteligencia Competitiva del Estado de Morelos, Tecnológico de Monterrey, Campus Cuernavaca, 2011.
- El Desarrollo Hospitalario, Competitivo y Solidario del Turismo. Programa Estatal de Competitividad e Innovación. Morelos Competitivo y Solidario. 2010.
- Programa de Ordenación de la zona Conurbada Intermunicipal, en su modalidad de Centro de Población de Cuernavaca, Emiliano Zapata, Jiutepec, Temixco y Xochitepec. 2005

COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

DR. JESÚS ALEJANDRO VERA JIMÉNEZ

Rector de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos

Arq. Gerardo Gama Hernández

Director General del Proyecto

Colaboradores

Dr. Miguel Ángel Cuevas Olascoaga

Mtro. Efrén Romero Benítez

Mtro. Juan Eduardo Cruz Archundia

Mtro. Salvador Gómez Arellano

Lic. Adolfo Enrique Saldívar Cazales

Lic. Driden Ramírez Marroquín

Lic. Jaime Jiménez Canales

Daniel Diderot González Hernández

Edgar Salgado Balderas

Jocelyn Leticia Montiel Guevara

CONSULTORÍA: GRUPO EMPRESARIAL ESTRATEGIA

HÉCTOR FLORES SANTANA

Director General

Eduardo Camacho Ibar

Socio-Director

Armando Mújica Romo

Coordinador Técnico del Proyecto

Mary Cruz Cabrera Toledo

Secretaria Técnica del Proyecto

Equipo de Consultores

Vanessa Anaya Elizalde

Marnye Caldera Blanquet

Gabriela Cervera Hernández

Cristian Juárez Godínez

Luis Miguel Lugo Cuellar

Arturo Muñoz Canales

Martha Palacios Vera

Rodolfo Pérez Álvarez

Inocente Reyes Mejía

José Luis Romero Espejel

Sergio Valderrama Herrera

José Luis Zúñiga Vázquez

Rodrigo de la Rocha Félix

Emiliano González Lozada

Contacto:

www.gemes.com.mx

gemes@gemes.com.mx