



REPORTE FINAL DE ESTADÍA

TSU LILIANA TECALCO SARMIENTO

**PROPUESTA DE PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO
ORIENTADO A INCENTIVAR EL TURISMO EN EL MUNICIPIO
DE CAMARÓN DE TEJEDA**



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



**VERACRUZ
GOBIERNO
DEL ESTADO**



SEV
Secretaría
de Educación



DET
Dirección de Educación
Tecnológica del Estado
de Veracruz

SEMSyS
Subsecretaría de Educación
Media Superior y Superior

Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico

PROPUESTA DE PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO ORIENTADO A
INCENTIVAR EL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE CAMARÓN DE TEJEDA

REPORTE FINAL DE ESTADÍA

QUE PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE

Licenciado en Gestión y Desarrollo Turístico

TSU LILIANA TECALCO SARMIENTO

JEFE DE CARRERA: MTRA. DENISSE HERNÁNDEZ ALMANZA

ASESOR INDUSTRIAL: C. ANGEL ALFREDO LUNA CABRERA

ASESOR ACADÉMICO: MTRO. JAIRO RODRIGUEZ SANCHEZ

CUITLÁHUAC, VER.

ABRIL, 2023

Índice

Contenido

Índice.....	3
Agradecimientos	4
Resumen	5
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	6
CAPÍTULO II	7
MARCO CONTEXTUAL	7
Imagen.1 Fuente: Google.....	7
Imagen 2.- Mausoleo Héroes Caídos Fuente: Propia.....	9
Imagen 3. Estación ferrocarril Camarón de Tejada. Fuente: Propia	10
Imagen.4 Escudo de Camarón de Tejada Fuente: Ayuntamiento de Camarón de Tejada	12
.....	15
CAPÍTULO III	17
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
CAPÍTULO IV MARCO TEÓRICO	21
Recursos.....	47
Turísticos	47
Inventario.....	49
Objetivos del inventario de recursos turísticos.....	49
CAPÍTULO V METODOLOGÍA	52
CAPÍTULO VI RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	57

Agradecimientos

Al Dios todo poderoso por vincular mi destino con las herramientas del saber, a mi familia por apoyarme en todo momento.

Resumen

La investigación titulada: Propuesta de un Plan de desarrollo orientado en incentivar el turismo en el municipio de Camarón de Tejeda de tuvo como objetivo general formular un Plan de Promoción Turística que fomente el desarrollo turístico, mediante un análisis de los turistas así como la población y asegurar que este sector de la economía constituya la palanca del desarrollo socioeconómico en interés de la comunidad como principal beneficiario.

Tomando en cuenta que los recursos naturales y culturales pueden constituir un importante factor de desarrollo turístico, en los ámbitos local y regional, a través de su aprovechamiento racional y sustentable, surge el interés por desarrollar una investigación que permita identificar los recursos con los que cuenta el municipio de Camarón de Tejeda y determinar cuáles son susceptibles de aprovechamiento turístico a través de una adecuada planificación.

La importancia de realizar este estudio, se debe primordialmente a la intención de conocer cuáles son las oportunidades del municipio de como un destino turístico, que permita acrecentar la incipiente afluencia turística que hasta el día de hoy presenta y los considerandos para que despegue como un punto nuevo de inversión del ramo dentro del Turismo y con ello despuntar posibles fuentes de empleo para los habitantes de dicho municipio.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial del Turismo señala que el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con los desplazamientos de las personas a destinos que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, normalmente por motivos de ocio, lo que hace que genere impactos en las economías de los países receptores y emisores, en el entorno natural, en los destinos y en la población receptora. Esta diversidad de impactos genera la necesidad de procesos de planificación que aborden dinámicas globales de desarrollo, gestión y supervisión. (OMT, 2008)

De acuerdo con lo anterior, desde el punto de vista social, existen factores que crean condiciones favorables para el desarrollo del turismo. Uno de esos factores, las condiciones de bienestar de la población y genera dinámicas tanto en los mercados emisores como receptores.

En el Estado de Veracruz , existen municipios que han crecido económicamente y en infraestructura como una consecuencia de su actividad turística, debido al aprovechamiento de los recursos naturales y culturales con que cuentan, además, sus autoridades han estado atentas a gestionar apoyos a través de programas que generan recursos estatales y federarles, esto ha propiciado la llegada de inversiones o el incremento de las existentes de sus propios pobladores, que atienden a un turismo cautivo o que busca nuevos rincones o destinos.

Por lo tanto el logro de la competitividad de los destinos turísticos es una exigencia permanente, que implica el replanteamiento del papel de los actores públicos en el desarrollo turístico de tal manera que se integren a los nuevos procesos de manera proactiva. El municipio de Camarón de Tejeda , debe asumir el reto del turismo, aprovechando el gran número de oportunidades enfocadas en su legado ancestral y cultural, su diversidad geográfica, que le brindan una plataforma para el desarrollo del turismo, por mencionar algunos ; por lo tanto el entorno cambiante que se asocia a los gustos del consumidor turístico, obliga a entidades territoriales a explorar alternativas de desarrollo, que pueden encontrarse en el diseño de un Plan de Desarrollo Turístico.

CAPÍTULO II

MARCO CONTEXTUAL

2.1 Marco contextual

El municipio de Camarón de Tejeda es uno de los 212 municipios en que se encuentra dividido el estado mexicano de Veracruz de Ignacio de la Llave, y se ubica en la zona central del Estado y en la parte intermedia de la Sierra Madre Oriental; entre los paralelos 19° 01' latitud norte y entre los meridianos 96° 37' longitud oeste y tiene una superficie de 125.78 Km², cifra que representa un 0.17% del total del Estado, se encuentra situado a una altura promedio de 320 metros sobre el nivel del mar colinda al norte con los municipios de Paso del Macho, Zentla y Soledad Doblado, esta regado por el río Jamapa, arroyos la posta y la mojonera.



Imagen.1 Fuente: Google

El terreno se caracteriza por tener abundancia de lomeríos con pendientes suaves de entre los 104 y los 280 metros; pertenece a las clases de casi nivel ondulado, cerril y escarpado. Los ecosistemas que coexisten en el municipio son el de selva baja caducifolia con especies

como el palo bobo, chasa, vara dulce y cornezuela; donde se desarrolla una fauna compuesta por poblaciones de conejos, tejones, armadillos, mapaches, tuzas, aves y reptiles. Su suelo es de origen in-situ y aluvio-columial, se caracterizan por ser calizas e ígneos, arcillosos en elevado porcentaje con coloraciones café oscuro y susceptibles a la erosión.

Sus principales fuentes de economía son gracias a la agricultura: ajonjolí, chile, papaya, mango, ciruela, tamarindo, maíz frijol y caña. Aunque en el 2019 se registró en el servicio de información y estadística agroalimentaria y pesquera un aumento en la cosecha de caña de azúcar y maíz grano.

En el municipio habitan alrededor de 6,583 ciudadanos según fuentes de INEGI obtenidas en el año 2019

Localidad	Habitantes
Camarón de Tejeda	2,280
Rincón de Barrabas	1,204
La Mestiza	670
San Agustín	403
Resto de Localidades	313
	1,668

Ilustración .1 Fuente: INEGI. Elaboración: Propia

En 2020, los principales grados académicos de la población de camarón de Tejeda fueron primaria (2.31k personas o 49.2% del total), secundaria (1.28k personas o 27.3% del total) y preparatoria o bachillerato general (770 personas o 16.4% del total).

Actualmente el municipio de Camarón de Tejeda tiene los siguientes atractivos turísticos.

Monumentos Históricos: Monumento a los Héroes Caídos.



Imagen 2.- Mausoleo Héroes Caídos Fuente: Propia

A través de este monumento se busca reconocer el valor de alrededor de 650 soldados de infantería y 200 jinetes mexicanos combatientes al lado del coronel Francisco de Paula Milán que en su mayoría eran de la guardia nacional de Veracruz armados de machetes, lanzas y obsoletos fusiles contra ejército francés conformado por 62 soldados y tres oficiales de la Legión Extranjera. Incluso el artista y compositor Jean –Pax Méfret escribió la canción “Camerone” en homenaje a esta batalla, al pueblo de camarón y al ejército francés. La canción resalta la importancia de este hecho histórico en la zona de Veracruz, y también existe un libro de nombre “La Batalla de Camarón” lanzado en 2019 por la secretaria de Educación del Estado de Veracruz (SEV) y la Secretaria de Gobernación (SEGOB) para que estudiantes tengan arraigo de su tierra, conozcan la defensa que hizo

el Ejército Mexicano y el perdón que otorgó a soldados franceses gesto que finalmente hermanó a las dos naciones.

El 3º de abril de cada año las banderas de México y Francia son izadas con la presencia de representantes de ambos países. En el monumento descansan los restos de la legión extranjera que fallecieron en La Batalla el mausoleo está hecho con lajas de granito sobre una plancha de concreto y mármol. En los cual está plasmado 2 águilas un águila imperial francesa y águila republicana que tienen la leyenda “Hommage aux combattants de camerone” y Homenaje a los combatientes de camarón.

Antigua estación de Ferrocarril



Imagen 3. Estación ferrocarril Camarón de Tejada. Fuente: Propia

La estación Camarón fue construida por el antiguo Ferrocarril mexicano por medio de la concesión número 1 y a través de la ley de 27 de noviembre de 1867, la cual revalido la concesión otorgada por los decretos de 31 de agosto de 1857 y 5 de abril de 1861

Fiestas:

Del 18 al 22 de marzo se celebra la fiesta religiosa en honor a San José, patrono del pueblo.

Del 29 al 30 de abril se celebra el aniversario de la Batalla de Camarón.

El 13 de diciembre se lleva a cabo la fiesta religiosa en honor de la Virgen de Guadalupe, patrona de la comunidad de Mata de Agua.

2.2 Antecedentes de la empresa

Camarón de Tejada población del estado de Veracruz, pueblo antiguo prehispánico perteneciente al territorio totonaco con el nombre de "Temaxcal". Se le llama "Camarón" por el enfrentamiento que se dio en ese lugar entre legionarios franceses y el ejército mexicano en 1863 a la cual se le llamo la "Batalla de Camarón" y "De Tejada" en honor a Sixto Adalberto Tejada Olivares político maderista, originario de Chicontepec. El 30 de abril de 1863, la guerrilla mexicana al mando de Francisco de Paula Milán, vencieron a las tropas de la Legión Extranjera. El 5 de julio de 1927, el pueblo de Camarón cambia el nombre por el de "Villa Tejada", en 1955 el Municipio de "Temaxcal-Camarón" se denomina "Adalberto Tejada", el 13 de agosto de 1986, el Municipio recibe el nombre de "Camarón de Tejada".



Imagen.4 Escudo de Camarón de Tejada Fuente: Ayuntamiento de Camarón de Tejada

En la parte central está un águila devorando una serpiente sobre un nopal, en la parte superior derecha está un árbol de camarón a orillas de las aguas del río Jamapa; en la parte inferior derecha una cabeza de ganado que representa a la ganadería del municipio, en la superior izquierda una máquina que representa el ingenio que hubo en este municipio. En la parte inferior izquierda se encuentran dos espadas que simbolizan la fraternidad entre México y Francia, haciendo alusión a la batalla del 30 de abril y por último en las laterales dos mazorcas que representan a la agricultura de este municipio.



Imagen 5. Ayuntamiento de Camarón de Tejeda Fuente: Propia

Filosofía empresarial

MISIÓN

Ejercer un gobierno humanista integrado por personas comprometidas y sensibles que conduzca el esfuerzo social para la autogestión del bien común e impulse políticas públicas de mediano y largo plazo para lograr cambios profundos, respetando y promoviendo la ley y el estado de derecho.

VISIÓN

Lograr una ciudad creativa, inclusiva e innovadora, que sea un referente en materia de desarrollo sustentable en los aspectos económicos, urbanos, culturales, sociales y de movilidad, con una ciudadanía más participativa tanto en la decisión como en el esfuerzo por constituirse en una sociedad mejor.

VALORES

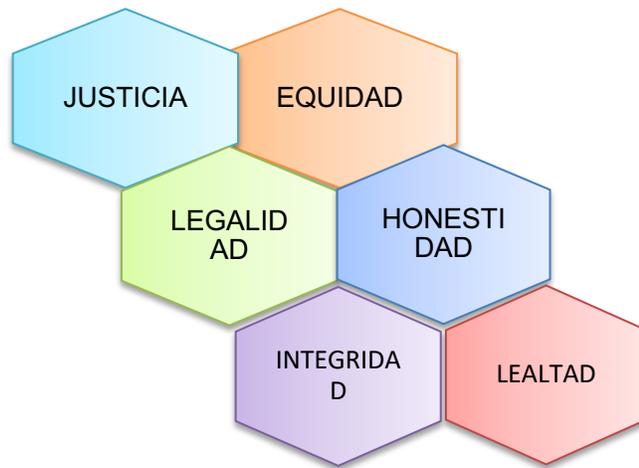


Ilustración 2 Fuente: Ayuntamiento Camarón de Tejada Elaboración: Propia

Organigrama organizacional

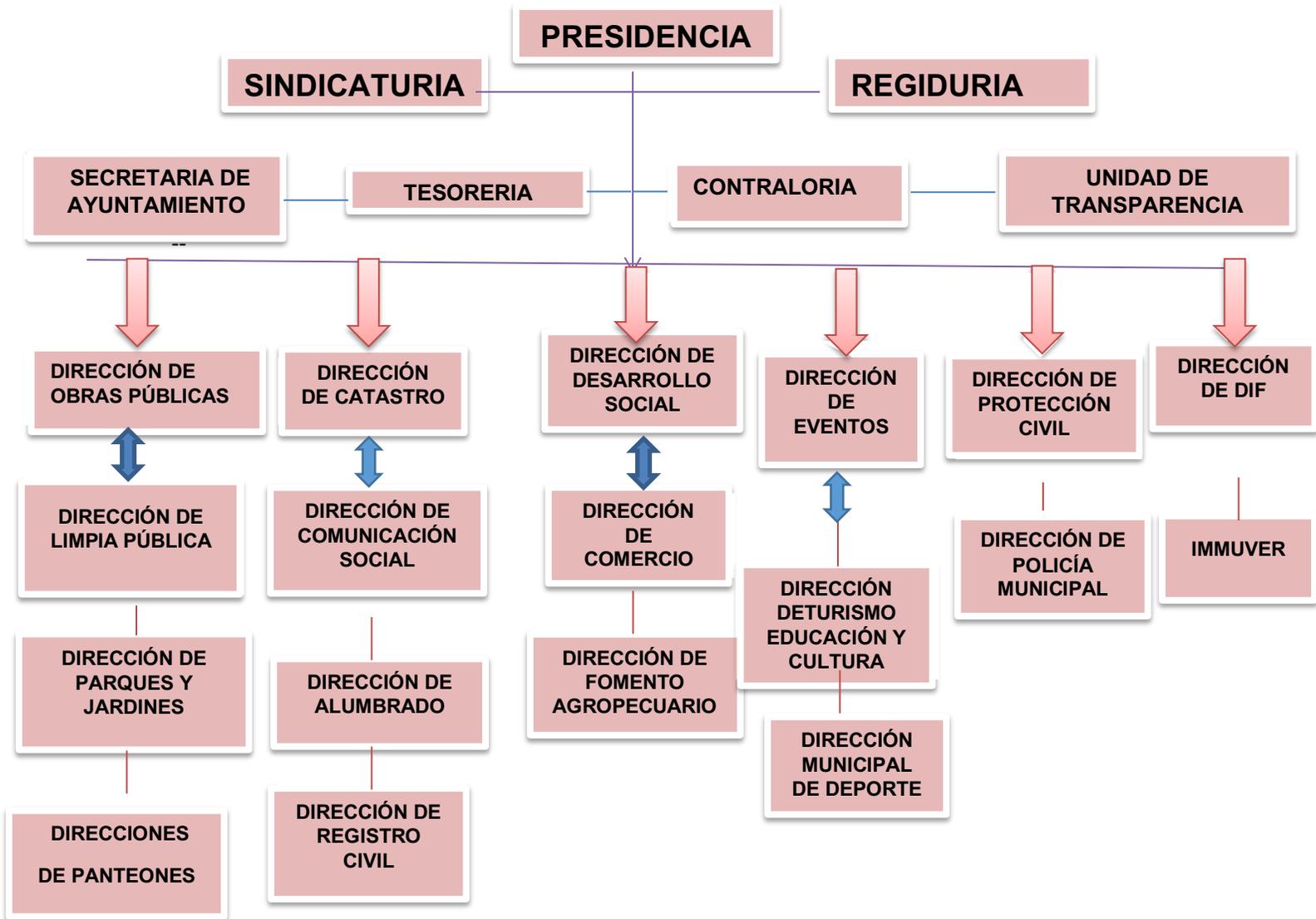


Ilustración 3. Organigrama Fuente. Ayuntamiento Camarón de Tejada

2.3 Análisis FODA

<p>F</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Existencia de métodos para atención al servicio de la ciudadanía ✚ Compromiso para el bienestar profesional y personal de servidores públicos. ✚ Personal de atención de servicios generales disciplinario. ✚ Uso honesto y óptimo de los recursos humanos y materiales. ✚ Operatividad de esquemas eficientes de administración. 	<p>O</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Programas con continuidad y obras de infraestructura. ✚ Acuerdos estratégicos con organizaciones de la sociedad. ✚ Seguimiento y actualización del plan de desarrollo. ✚ Capacidad para instrumentar proyectos de impacto a la ciudadanía. ✚ Oportunidad de crecimiento en economía.
<p>D</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Falta de integración al sistema de finanzas y administración pública. ✚ Falta de recursos para implementación de proyectos. ✚ Apoyo limitado. ✚ Asistencia limitada a dependencias del municipio. ✚ Falta de apoyo de entidades gubernamentales del sector turístico. 	<p>A</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Acciones que perjudiquen el bienestar para la población. ✚ Reorientación de recursos para implementación de proyectos. ✚ Fracasos en acuerdos de coordinación con instituciones para capacitación y profesionalización de servidores públicos ✚ Reducción de recursos. ✚ Veda electoral

CAPÍTULO III

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1 Fenómeno a estudiar

La planificación turística es importante, esto por la organización y operación de actividades y acciones, según sus diferentes factores descritos en el proceso que mentaliza diferentes áreas de desarrollo, según, (J, 2009)

La planificación constituye una técnica que viene avalada por el hecho de que en el ámbito turístico se produce la intervención de las diferentes Administraciones públicas nacionales, regionales y local, lo que, en ausencia de aquella, podría redundar en un riesgo potencial de dispersión de esfuerzos o de actuaciones contradictorias por parte de los distintos niveles jurisdiccionales implicados.

Todo territorio que posea un cierto interés o potencial para el desarrollo de la actividad turística debe de estar sujeto a una adecuada política que permita ordenar, desarrollar, promocionar y controlar las distintas actividades en dicho espacio, y de esta manera, orientarlas al uso y explotación turística. Todo esto nos conlleva al diseño de una planificación del desarrollo turístico. El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios para satisfacer las necesidades del turista, y específicamente manera más general, su desarrollo no se presenta de manera homogénea en el espacio, si no que genera concentraciones de la actividad, siempre en relación a la materia prima del turismo, esto es, los atractivos naturales o culturales y significa que si bien el turismo se conceptualiza a partir del desplazamiento de los visitantes desde un centro emisor hacia uno receptor, la unidad de análisis de desarrollo turístico es el destino la planeación turística puede también incluir los efectos asociados, tales como creación de empleos o la generación de ingresos, siendo así una estructura socio-productiva que en los centros receptores hace posible que el visitante disfrute de los recursos que han motivado su desplazamiento, también se refiere al impacto económico de la actividad turística que genera ingresos económicos provenientes de los centros emisores de turismo y empleos.

El turismo, es una de las principales actividades que se encuentra en crecimiento, esto de acuerdo con la organización mundial del turismo (OMT) y ha causado unos impactos positivos a la economía y algunas veces negativos a la sociedad así como al medio

ambiente. En la actualidad, nuestro país cuenta con muchas entidades públicas entre municipios, centros poblados y gobiernos regionales los cuales no cuentan con un plan de trabajo, personal capacitado y gracias a eso no saben cómo administrar sus recursos; en consecuencia podemos encontrar recursos turísticos olvidados por autoridades locales, poco interés, y desaprovechamiento de los mismos este proyecto titulado “Propuesta de plan de desarrollo turístico orientado a incentivar el turismo en el municipio de Camarón de Tejeda” se enfocará en los principales problemas que tiene el municipio en cuanto a turismo. Su principal objetivo es impulsar el sector turístico.

3.2 Pregunta de investigación

¿Qué debe incluir un plan de desarrollo turístico que busque aprovechar los recursos del municipio de Camarón de Tejeda y que tenga como resultado mejorar la economía local y experiencia del visitante?

3.3 Hipótesis de investigación

El diseño de un Plan de desarrollo turístico para el municipio de Camarón de Tejeda, Veracruz; ayudará a gestionar mejor los recursos naturales y culturales que posee el municipio.

3.4 Objetivos

Objetivo general

- Diseñar un plan de desarrollo turístico aprovechando los recursos naturales y culturales del municipio que beneficie la actividad económica del mismo así como el sector turístico.

Objetivos específicos

- Conocer la infraestructura y recursos del municipio para impulsar servicios turísticos.
- Identificar oportunidades de desarrollo turístico partiendo de los recursos naturales y culturales.
- Determinar de qué manera el correcto manejo de los servicios turísticos beneficiarían el municipio.

3.5 Justificación del Proyecto

La presente investigación está diseñada para servir de antecedente para las futuras gestiones de la municipalidad de Camarón de Tejeda, en cuanto al desarrollo y adecuada gestión de la actividad turística. Se conoce que esta entidad, actualmente no cuenta con un plan estratégico y específico para alcanzar metas o simplemente medir los resultados que ya se tienen con respecto a las actividades que se realizan. Por lo tanto, es importante tener en la Dirección de Cultura y Turismo, una guía que ayude a realizar los procesos en determinadas situaciones creando así lineamientos necesarios que se deben tomar en cuenta al tratar sobre materia turística. Con esto se logra beneficiar tanto a la gestión que está en ese momento en el municipio, permitiendo conocer las demás entidades enfocadas en el sector turismo, así como la población local. Tomando en cuenta el turismo como una actividad productora de trabajo, la cual, no se está aprovechado lo suficiente, se podrán generar empleos y de esta manera, se logrará fortalecer el lazo de identidad que no se ha creado por parte de los residentes del municipio. Por último, se desea obtener un gran beneficio de los visitantes que lleguen al municipio y así motivar a los pobladores locales a querer trabajar con los recursos que forman parte de su vida cotidiana.

3.6 Limitaciones y Alcances

Los alcances que se pueden obtener con la propuesta son:

- Descubrimiento de potencial turístico, partiendo de su documentación y evaluación.
- Afluencia Turística, esta se puede lograr una vez que se oferten productos turísticos que resulten ser atractivos para el mercado al que se desea atender.
- Generación de empleos, con el incremento de mipymes turísticas.
- Dicho proyecto se enfoca principalmente al desarrollo de la actividad turística, sin embargo, no se descarta en un futuro se pueda ampliar a ser un Plan de desarrollo municipal que involucre las demás áreas de aprovechamiento en el municipio.

Con relación a los aspectos negativos se encuentran:

Limitaciones

- Falta de interés para el sector turístico por parte de la gobernanza, sector empresarial y sociedad local.
- Escaso recurso financiero y presupuesto limitado para la ejecución de las propuestas presentadas en el Plan de Desarrollo.
- Falta de participación por parte de la sociedad, derivado de la nula cultura turística.

CAPÍTULO IV MARCO TEÓRICO

4.1 Estado del arte

Autor: Antonio Martínez Puche
Año: 2020
Proyecto: Turismo cultural como oportunidad de desarrollo local para el municipio de Izalco.

La situación de identidad cultural e indígena y el desarrollo local en uno de los municipios más representativos de El Salvador, Izalco, lo distingue como uno de los pocos asentamientos que posee la mayor historia indígena en el occidente del país, por lo cual sus valores culturales se consideran una gran apuesta al turismo. Los cuales vendrán a fortalecer su actividad económica, ya que con ello se lograra impulsar las micros, pequeñas y medianas empresas turísticas.

El objetivo de este artículo es indagar si el turismo cultural, en su acepción identitaria y de desarrollo local sostenible, puede contribuir para mejorar las condiciones de vida de la población local e indígena a través de la gestión responsable y colaborativa de los recursos históricos y valores culturales del territorio como patrimonio comunitario. La recopilación de la información se realizó con base en las preguntas derivadas de los objetivos que orientaron esta investigación; se realizó una categorización de las preguntas aplicadas en el trabajo de campo y en las observaciones realizadas en los diferentes escenarios y actores del contexto de esta investigación; se clasifico el material por el grado de importancia de acuerdo con los parámetros de la investigación.

Los resultados nos informan y consideran lo que se pretendió

Conclusión

Indagar en relación con las dimensiones turísticas, cuya expresión confiere aspectos singulares en las condiciones que lo asemejan y lo diferencian como municipio de Izalco. Dichos resultados pretenden comprender que la indagación con relacionado a variables de recreación y entretenimiento, nos permitirá no solo conocer el perfil del turista, sino dispones de información respecto a la valoración de los recursos, servicios y condiciones del municipio y sus actividades turísticas, por parte del turista nacional o internacional. La

aplicación del análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (Foda), que es una herramienta participativa que se usó para identificar los problemas principales con sus causas y efectos, permitió

conocer la opinión de los actores locales e internacionales

Involucrados en el accionar del municipio de Izalco.

Tabla. Estado del arte. Fuente elaboración propia

Autor:

ANA PATRICIA GÓMEZ DE LA FUENTE

Año:

2020

Proyecto:

PROPUESTA DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LOGRAR EL FORTALECIMIENTO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN EL DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO.

En el proyecto PROPUESTA DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LOGRAR EL FORTALECIMIENTO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN EL DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO su principal objetivo fue formular un Plan de Promoción Turística para el Distrito Santiago de Surco que fomente el desarrollo turístico sostenible, mediante un análisis profundo de las condiciones de vida de la población y asegurar que este sector de la economía constituya la palanca del desarrollo socioeconómico en interés del Distrito y de la comunidad en su conjunto como principal beneficiario. En el cual se empleó el enfoque cualitativo fundamentado en la teoría interpretativa y tuvo un diseño flexible, con el propósito de explorar y comprender la problemática de estudio a través de la investigación de tipo acción enmarcada bajo los parámetro: "Proceso reflexivo: investigación activa que se vincula dinámicamente con la acción transformadora de promover el cambio social, transformar la realidad y que las personas tomen conciencia de su papel en el proceso de transformación. Para la presente investigación se ha empleado como instrumento de apoyo las entrevistas debidamente validados, a fin de brindar al estudio los estándares de calidad requeridos en todo proceso investigativo.

El distrito de Santiago de Surco posee con recursos y atractivos naturales, históricos y culturales que, por su interés turístico tienen características que por las cuales deben ser estudiados, evaluados con el fin de delimitar su valor para el uso turístico y social, lo que permitiría al distrito crear un entorno turístico competitivo y asegurar su uso eficaz en el tiempo.

Su principal problemática es

¿Cómo desarrollar la propuesta para crear un plan de promoción turística en la Municipalidad Santiago de Surco que permita el fortalecimiento del turismo sostenible del distrito? En específico es ¿Cómo el uso de la información turística existente en la municipalidad de Santiago de Surco favorece al desarrollo del turismo sostenible del distrito?

Conclusión El plan de promoción turística fue diseñado y propuesto en base a datos recolectados de fuentes primarias, mediante trabajo de campo en sitio El cual permitió ver la promoción que se desarrolla en el área de información del municipio, las cuales, se pueden visitar a través de medios digitales, Se tomó en cuenta el perfil del turista nacional y extranjero utilizado para el análisis de la investigación con base en los perfiles realizados en 2019 por el Municipio. Lo que muestra que el 90% de los turistas son nacionales y el 10% de los visitantes son extranjeros. Un promedio de 3.000 turistas se reciben anualmente en la oficina de información del Municipio de Santiago de Surco. 4. Las estrategias desarrolladas por los especialistas en comunicación para la promoción son: materiales físicos, que siguen un formato de identidad gráfica y visual.

Autor:

Br. Huarand Gonzales Susana

Año:

2020

Proyecto:

Propuesta de plan de promoción turística y circuitos turísticos para incentivar el turismo en el distrito de Chalhuanca - Apurímac,

El tema del turismo a nivel nacional se encuentra relacionado con el desarrollo de un determinado lugar, la incertidumbre y vulnerabilidad que atraviesa la actividad turística a nivel global, los va a llevar a buscar nuevos lugares que visitar, que les permitan tener nuevas experiencias en lugares poco conocidos, se tiene que aprovechar a los turistas o visitantes locales y nacionales que estarán en busca de destinos y actividades turísticas.

El trabajo de investigación “Propuesta de plan de promoción turística y circuitos turísticos para incentivar el turismo en el distrito de Chalhuanca – Apurímac, 2020”, tuvo como objetivo explorar como la propuesta de plan de promoción turística y circuitos turísticos incentivara el turismo en el distrito de Chalhuanca. Partiendo de la problemática, el distrito cuenta con un potencial turístico aun dormido, se tiene poco conocimiento de sus atractivos y carece de un plan de promoción turística por parte de sus autoridades. Para ello se realizó una investigación con enfoque cualitativo, siguiendo el diseño interpretativo – hermenéutico. La recolección de los datos se hizo a través de entrevistas semiestructurada a concedores en turismo y trabajadores de la Municipalidad de Chalhuanca. A través de este trabajo de investigación, se planteó un tema de suma importancia como es el desenvolvimiento del turismo en el distrito de Chalhuanca, provincia Aymaraes - Apurímac a partir de la propuesta de un plan de promoción turística y circuitos turísticos diseñados en función al diagnóstico de la problemática encontrada.

Conclusión

Como resultados, se encontró que la participación del sector público y privado es muy escasa, reflejando que el interés por el turismo recién se está iniciando por parte de las autoridades locales, las empresas turísticas y población El plan de promoción turística permitirá el desarrollo del turismo en Chalhuanca teniendo un mejor seguimiento de sus actividades y aumentar la afluencia de turistas.

La participación del sector público y privado es muy escasa, reflejando que el interés por el turismo recién se está iniciando por parte de las autoridades locales a través de un plan de desarrollo turístico y promocionando con mayor hincapié en fechas festivas.

El diagnóstico situacional de Chalhuanca a través de su comunidad refleja que no está preparada aún del todo para poder recepcionar a los turistas, tiene escasa participación en el desarrollo de la actividad turísticas, carece de algunos servicios turísticos básicos que son de importancia para brindar un buen servicio.

Los indicadores que ayudaron a medir reflejan que es muy baja la eficacia de la demanda, oferta y promoción turística y no existen todavía circuitos turísticos.

Autor: Coordinación de Turismo Hidalgo
Año: 2020
Proyecto: PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO MUNICIPAL ZIMAPÁN, HIDALGO

El turismo a nivel nacional reviste gran importancia al ser una significativa fuente de entrada de divisas, y México al poseer una gran riqueza natural, paisajes, historia, monumentos y tradiciones ofrece diferentes alternativas, conscientes de los retos de los tiempos modernos exigen nuevos modelos de desarrollo turístico, por lo que el Plan

Nacional de Desarrollo y El Programa Sectorial de Turismo de la presente Administración

Federal establecen cuatro estrategias que permitan modernizar y reposicionar al sector turístico: Ordenamiento y Transformación Sectorial; Innovación y Competitividad; Fomento a la Inversión y; Promoción; Sustentabilidad y Beneficio Social. El propósito de este proyecto es impulsar el turismo en el Municipio de manera ordenada y sostenible, aprovechando los atractivos y el potencial de la zona y su área de influencia. El Programa de Desarrollo Turístico Zimapán, Hidalgo reviste una importancia extraordinaria para el municipio lo que representa una oportunidad de trabajo conjunto, coordinado y consensuado, que sin duda presentará en su trayecto obstáculos, como cada gran proyecto, ha sido elaborado mediante la metodología del marco lógico, echando mano de las herramientas de análisis del árbol de problemas, lo cual hace obligado trabajar en equipo con distintas áreas del conocimiento.

Autor: CENTRO DE DOCUMENTACIÓN TURISTICA (CEDOC)
Año: 2019

Proyecto: Manual para la gestión del desarrollo turístico municipal

El turismo internacional tiene gran visibilidad lo cierto es que representa sólo una punta del iceberg ya que, de acuerdo con las estimaciones de la Organización

Mundial de Turismo, el volumen total supera los 3 mil millones de viajeros con ingresos que ascienden a 1.7 billones de dólares. Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos y formas de turismo como lo es Turismo doméstico. (Residentes visitando su propio país) Turismo receptivo. (No residentes procedentes de un país determinado)

Turismo emisor.(Residentes del propio país se dirigen a otros países).

Al combinarse estas formas básicas de turismo se generan otras categorías Turismo interior (Doméstico + receptivo) Turismo nacional (Doméstico + egresivo) Turismo internacional (Egresivo +receptivo)

Todos los tipos de viajeros con el turismo se denominan visitantes y este es el concepto básico para el conjunto del sistema de estadísticas del turismo. Los visitantes pueden clasificarse en:

Visitantes internacionales.

Persona que viaja por un período no mayor a doce meses a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado

Turista (visitante que pernocta). Un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país.

Visitantes del día (excursionistas). Un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado. Se incluye a los pasajeros en cruceros así como los propietarios o los pasajeros de yates y los pasajeros que participan en un programa de grupo y están alojados en un tren.

Conclusión El turismo representa una alternativa a esa búsqueda legítima de progreso y bienestar económico, siempre que su manejo esté apoyado en condiciones de respeto a su soporte natural y cultural.

Podemos definir el Turismo Sustentable como: Un proceso de desarrollo económico y de progreso social y cultural, que se produce en armonía con su ambiente o entorno (áreas urbanas o rurales), ajustándose a las necesidades presentes pero conservando los mismos recursos turísticos para el futuro.

Autor: Br. Allin Nilton Monteza Rios

Año: 2018

Proyecto: Propuesta de plan de desarrollo turístico orientado a incentivar el turismo en el distrito de Jesús

La presente investigación tuvo como objetivo general: Proponer un Plan de Desarrollo Turístico orientado a incentivar el turismo en el distrito de Jesús, 2018. De tipo descriptiva – propositiva, con un diseño descriptivo simple, y se realizó con una muestra de 95 pobladores del distrito de Jesús, los cuales fueron elegidos en forma no probabilística por conveniencia o a criterio del investigador. Dentro del análisis de la investigación se pudo observar que la municipalidad del distrito de Jesús no le ha prestado importancia a la conservación de los Centros Turísticos y a la difusión de los mismos, esto se evidencia en los resultados de las encuestas en donde encontramos un a un 84.2% que manifiesta que no existe información de los centros turísticos tales como módulos, folletos, carteles, entre otros así como guías de turismo; además, encontramos que el 89.5% considera que no existen instituciones, medios de promoción y asociaciones que incentiven y promocionen al turismo que se realiza en el distrito de Jesús.

Conclusión En conclusión hay ausencia de un producto turístico que pueda ser vendible al mercado interno y externo por una limitada atención al turista, dificultad para la recepción de visitantes, desinformación sobre la situación de seguridad, falta

de accesos a los atractivos, la gran mayoría de ellos se encuentran en estado de abandono. Por las características singulares que presentan los atractivos del distrito de Jesús la actividad turística podría estar orientada hacia un mercado nacional y receptivo, lo que conlleva a una mayor ventaja comparativa frente a otras zonas turísticas en la región y por ende con mejores posibilidades socioeconómicas para su población. Con relación al diseño de la propuesta, esta queda como cimiento para la creación y desarrollo de futuros proyectos a nivel municipal, con participación ciudadana, de modo que el plan de desarrollo turístico sea continuo y genere ingresos que favorezcan el desarrollo sostenible y de esta forma se visibilice que el centro poblado que está en construcción permanente.

Autor:

Año:

Proyecto: PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO TURISTICO PARA EL MUNICIPIO DE ALLENDE, N.L.

El Municipio de Allende, posee una gran cantidad recursos y atractivos naturales y culturales, así como atractivos de recreación y esparcimiento dentro de los atractivos se encuentra para cada municipio los siguientes: Allende: Atractivos culturales: Parroquia de San Pedro Apóstol, Mirador Santa Cruz, Museo de Historia Municipal de Allende, Casa de la Cultura y en construcción un Explanada Cultural y un Teatro de la Ciudad dentro del primer cuadro de la ciudad Atractivos naturales: Río Ramos y Paisajes de la Sierra Madre Oriental. Atractivos de recreación y esparcimiento: Parque Bicentenario.

El turismo que arriba a la zona son principalmente parejas, familias y en grupos de amigos, el medio de transporte que usan los turistas es vehículo propio o autobuses.

Los principales segmentos de mercado turístico que se presentan son: Turismo de Naturaleza: sub segmentado en sus tres tipos (ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura), dentro de

las principales actividades que se realizan en la Zona de Estudio se encuentran: Ecoturismo: recorridos, caminatas, senderismo, ciclismo, camping y días de campo en los ríos Ramos, Pesca deportiva, recorridos y estancia. Turismo de Aventura: cañonismo, motociclismo y ciclismo de montaña en el Parque Nacional Cumbres de Monterrey, así como parapente y viaje en globo dentro del municipio. Turismo Rural: recorridos por cultivos de cítricos. Turismo Cultural: comprende visita a museos; inmuebles religiosos; inmuebles y edificios históricos y civiles; plazas principales; y recorridos de leyendas. Turismo gastronómico: la zona de estudio ofrece una gran variedad de gastronomía regional, miel y cítricos, así como dulces típicos. Turismo Deportivo: Se desarrolla principalmente en el Parque Bicentenario ubicado en Allende, donde se han realizado competencias nacionales y estatales, en menor cantidad se desarrolla este segmento en el municipio de Linares con la competencia de Triatlón que está afiliado a la Federación Mexicana de Triatlón A.C. Por sus características de clima, tranquilidad y servicios, se prevé un fuerte potencial del segmento de turismo especial para tercera edad y retirados. Este segmento cobra importancia en la medida que la región en estudio se encuentra cerca de la frontera con los Estados Unidos, y su impulso puede significar una interesante derrama económica a la región citrícola.

Conclusión La Estrategias propuestas consideran como prioritario atraer a la zona al turismo que se desplaza por el sistema carretero que comunica con las ciudades de Monterrey, estados de la frontera con E.U. y la población residente.

Los recursos culturales, históricos y naturales que se presentan en la zona tienen un potencial para fortalecer un mercado creciente e interesado en las actividades turísticas de naturaleza (aventura, rural y ecoturismo) y cultural con la posibilidad de diversificar los productos turísticos actuales para alcanzar la consolidación turística de nuestro municipio.

La estrategia propuesta se orienta a un desarrollo sustentable; es decir un proceso armónico y equilibrado entre las actividades turísticas y el medio ambiente. Esta estrategia turística deberá ser parte del motor de la economía local que sustente el desarrollo de la zona, por el cual se propone diversificar la oferta de alojamiento y servicios turísticos.

Con base en lo antes expuesto y con objeto de establecer la Estrategia General de Aprovechamiento Turístico Sustentable, se ha considerado lo siguiente:

Zonas de Aprovechamiento Turístico Sustentable:

- 1) ZONAS DE APROVECHAMIENTO TURÍSTICO SUSTENTABLE URBANO
- 2) ZONAS DE APROVECHAMIENTO TURÍSTICO SUSTENTABLE
- 3) ZONAS DE APROVECHAMIENTO TURÍSTICO CONDICIONADO

Autor: Secretaría de Turismo de Jujuy.
Año: 2020
Proyecto: PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO PROVINCIAL (CONSOLIDACIÓN DEL DESTINO JUJUY)

La provincia de Jujuy identifica la necesidad de realizar un abordaje de planificación estratégica y ordenamiento territorial sobre la región de la Puna, con el fin de producir una transformación en cuanto a su dinámica socio territorial, fortaleciendo nodos o concentraciones poblacionales, generando articulaciones internas, y con las demás regiones de la provincia y su contexto nacional e internacional.

El objetivo general del trabajo consiste en dotar a la Región de la Puna de la Provincia de Jujuy de instrumentos de planificación adecuados a un modelo de desarrollo sostenible, tanto en términos de equidad social como de respeto ambiental y cultural. Este plan estratégico pretende identificar lineamientos de acondicionamiento territorial, validado a escala local para la gestión ordenada del desarrollo de la microrregión.

En este sentido se propone:

- Promover la mejora en la calidad de vida de su población,
- Revertir el proceso de despoblamiento de la puna

□□ Identificar centros de servicios e intermediación, para fortalecer y acelerar el proceso de integración interregional de la Puna, y para que inicie un desarrollo con equilibrio territorial y equidad social respetando y potenciando sus diferentes vocaciones culturales, territoriales y productivas.

□□ Promover actividades productivas,

□□ Generar oportunidades de desarrollo a sus pobladores

Conclusión El proceso de planificación comenzó con un abordaje integral de la Región considerándola como un sistema ambiental complejo, en donde converge una diversidad de situaciones que es preciso analizar desde la multidisciplinariedad.

Se trabajó sobre el análisis de cinco subsistemas definidos a partir del pre diagnóstico y los aspectos identificados como sobresalientes del sistema integral. El proceso de planificación se inició con el relevamiento de la información existente, las entrevistas con actores claves, el recorrido y reconocimiento del territorio de la región puna por parte del equipo técnico. La identificación y convocatoria de actores relevantes o claves del territorio es una condición ineludible por ser este proceso de carácter participativo.

Autor: Secretaría de Turismo de Jujuy.

Año: 2020

Proyecto: PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO PROVINCIAL (CONSOLIDACIÓN DEL DESTINO JUJUY)

La provincia de Jujuy identifica la necesidad de realizar un abordaje de planificación estratégica y ordenamiento territorial sobre la región de la Puna, con el fin de producir una transformación en cuanto a su dinámica socio territorial, fortaleciendo nodos o concentraciones poblacionales, generando articulaciones internas, y con las demás regiones de la provincia y su contexto nacional e internacional.

El objetivo general del trabajo consiste en dotar a la Región de la Puna de la

Provincia de Jujuy de instrumentos de planificación adecuados a un modelo de desarrollo sostenible, tanto en términos de equidad social como de respeto ambiental y cultural. Este plan estratégico pretende identificar lineamientos de acondicionamiento territorial, validado a escala local para la gestión ordenada del desarrollo de la microrregión.

En este sentido se propone:

- Promover la mejora en la calidad de vida de su población,
- Revertir el proceso de despoblamiento de la puna
- Identificar centros de servicios e intermediación, para fortalecer y acelerar el proceso de integración interregional de la Puna, y para que inicie un desarrollo con equilibrio territorial y equidad social respetando y potenciando sus diferentes vocaciones culturales, territoriales y productivas.
- Promover actividades productivas,
- Generar oportunidades de desarrollo a sus pobladores

Conclusión El proceso de planificación comenzó con un abordaje integral de la Región considerándola como un sistema ambiental complejo, en donde converge una diversidad de situaciones que es preciso analizar desde la multidisciplinariedad. Se trabajó sobre el análisis de cinco subsistemas definidos a partir del pre diagnóstico y los aspectos identificados como sobresalientes del sistema integral. El proceso de planificación se inició con el relevamiento de la información existente, las entrevistas con actores claves, el recorrido y reconocimiento del territorio de la región puna por parte del equipo técnico. La identificación y convocatoria de actores relevantes o claves del territorio es una condición ineludible por ser este proceso de carácter participativo.

Autor: María Elsy Briñez Díaz

Año: 2017

Proyecto: Propuesta para el diseño de plan de desarrollo turístico en el municipio de Nilo.

Descripción.

Esta presente investigación analiza el contexto turístico, social y económico del municipio de Nilo (Cundinamarca), como también necesidades y expectativas de demanda y condiciones de mercado dentro de una perspectiva abierta en la que compiten otros municipios de la provincia. Se considera que los factores de atracción en el municipio de Nilo que de una u otra manera atraen a los turistas hacia la realización de su viaje y también el éxito de Nilo como destino turístico dependerá de los mismos, por otro lado este éxito dependerá adicionalmente de los factores de gestión que incorporan imagen y posicionamiento desde los distintos actores turísticos del municipio. El objetivo de alcanzar una mejora en la calidad de vida de los colombianos está directamente relacionado con la capacidad que las empresas¹ tengan para responder a los cambios y aprovechar las oportunidades que se presentan en un mundo cada vez más globalizado. Para esta investigación es claro que en medio del constante cambio, es necesario fortalecer los principios y filosofías contempladas en los instrumentos de planeación que tiene la administración pública del Estado como plataforma regional y local en materia de desarrollo en el sector turístico. Se pretende la elaboración de un diagnóstico que evidencia su situación actual en aspectos como infraestructura física disponible para atender la oferta turística tanto a nivel regional, nacional e internacional; actividades y eventos que convocan un gran número de turistas y generan ingresos significativos para el sector; atractivos y sitios que destacan al Municipio de Nilo como un lugar turístico en la región y el Departamento de Cundinamarca.

Conclusión El desarrollo de esta investigación tuvo de presente, lo conceptuado por la Organización Mundial del Turismo, cuando establece que el turismo debe enmarcarse en tres grandes principios: i) la competitividad, ii) la sostenibilidad y iii) la ética con la dimensión social del turismo, los cuales se consideran pilares fundamentales de cualquier Plan de Desarrollo Turístico. No obstante resulta importante vincular la competitividad, entendida como: “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determina el nivel de productividad de un país, y que a su vez determina el nivel de prosperidad sostenible que puede alcanzar una economía”²⁰.

El Municipio de Nilo, carece de un instrumento metodológico que reconozca el potencial turístico que posee la entidad territorial, bajo el enfoque de la planeación lo cual debe permitir promover el desarrollo y la competitividad

comercial, empresarial y territorial del municipio, todo esto mediante la identificación de oportunidades (atractivos turísticos, oferta turística, programación institucional de actividades de diverso índole.

Autor: ANA MARÍA MOJICA VARGAS

DELICY LIZ EVELIN QUISPE CAHUAYA

ROXANA JUANA VELARDE SUMI

Año: 2018

Proyecto:

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL MUNICIPIO DE EL ALTO

Descripción.

La incorporación del Municipio de forma activa a la estrategia de desarrollo turístico del país, es un paso indispensable. Por ese motivo, no hay que olvidar que el municipio es la unidad primaria y básica de desarrollo.

Bolivia tendrá una base sólida para competir con ventajas en el mercado internacional, ofreciendo un turismo de calidad basado en una relación de equidad entre ambiente y sociedad. El potencial turístico de Bolivia referido a la cultura es relevante debido a que cuenta con un vasto patrimonio cultural, histórico y monumental, reflejado por sus 36 pueblos originarios cuyos lenguajes tienen sus raíces en 13 familias lingüísticas diferentes. Son pocos los sitios y recursos turísticos de El Alto que están siendo aprovechados, situación que ha dado lugar a que se considere que en el municipio no cuenta con ninguna potencialidad turística que pueda llamar la atención de los turistas nacionales y extranjeros. Se propone realizar un Plan de Desarrollo Turístico para el municipio de El Alto, orientado a apoyar de forma eficaz y eficiente a que éste se inserte y forme parte de la actividad turística de manera efectiva y real, a través de la puesta en valor de los recursos turísticos potenciales, desarrollo de conciencia turística en la población local, la promoción enfocada en una oferta competitiva haciendo hincapié en el desarrollo del turismo sostenible que vele por los intereses presentes y también futuros del municipio;

proponiendo programas, estrategias y proyectos que coadyuven al desarrollo de la actividad turística.

El Plan de Desarrollo Turístico para el municipio de El Alto, al momento de su aplicación generará impactos a nivel económico, social y ambiental; puesto que contempla distintas áreas de intervención en los distintos proyectos propuestos.

Conclusión a) Impactos Económicos

Los resultados de este plan tendrán que ver con la colaboración directa a las iniciativas empresariales individuales, asociadas y comunitarias.

b) Impactos Sociales.

La participación directa de los sectores involucrados es uno de los objetivos, fundamentales, de este plan, de manera que permitan el desarrollo consensuado de programas que impulsen a la actividad turística en el municipio.

Si bien no es una atribución propiamente turística, la preservación del medio ambiente es parte fundamental del plan; por lo tanto, se sugiere que se trabaje coordinadamente con la Dirección de Medio Ambiente.

4.2 Marco teórico

Existen múltiples definiciones del concepto turismo, pero dada su complejidad de dicha actividad, ninguna de éstas puede ser considerada como absoluta; Se suele aceptar como válida la definición dada por la OMT en la Conferencia de Ottawa (1991), la cual define al turismo como: “aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocio y otros motivos” El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y

servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como creación de empleos o la generación de ingresos.

En la Cuenta Satélite del Turismo de México se define al turismo como “el desplazamiento momentáneo que realizan las personas y comprende las acciones que efectúan durante sus viajes y estancia fuera de su entorno habitual” (INEGI-SECTUR, 1998). Cuando una persona realiza un viaje sin motivo de lucro, requiere de una innumerable cantidad de servicios que van desde transporte, hospedaje y alimentos hasta distracciones, esparcimiento, o compras. Así, el turismo engloba un conjunto de actividades que producen los bienes y servicios que demandan los turistas,

La Organización Mundial de Turismo (OMT) menciona que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos. (OMT, SECTUR, 2001) De esta forma, como una actividad que realizan los visitantes, el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo. (INEGI-SECTUR)

La palabra turismo se deriva del latín *tornus* (torno) y *tornare* (redondear, tornear, girar), y el sufijo *ismo* se refiere a la acción que realiza un grupo de personas, por lo que etimológicamente puede definirse al turismo como las personas que viajan con la intención de regresar a su domicilio habitual (Blanco, 1992)

Turismo

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. (OMT).

Autores como Neil Leiper y John Hunt coinciden en que definir al turismo no es una tarea sencilla, pues el término ha venido evolucionando y adaptándose a los cambios que ha sufrido la actividad a lo largo de los años

El turismo en la actualidad ha logrado posicionarse como una de las actividades de mayor auge, ya que da un aporte importante a la economía de cualquier país, debido a esta gran importancia, han surgido diferentes autores, corrientes de pensamiento, para las cuales está constituido como un campo de estudio, por lo que se ha tratado de conceptualizar al turismo desde diferentes enfoques; social, natural, cultural, económico.

Esta búsqueda por acercarse a la naturaleza de una forma más directa y activa, pero a la vez más responsable, valorando y respetando las particularidades naturales y socioculturales autóctonas de los lugares visitados, dio pauta en Europa y Estados Unidos al surgimiento del Turismo Alternativo. Sobre el Turismo Alternativo existen diversas definiciones y conceptualización, sin embargo, existe un aspecto que se presenta constante en todas ellas, que es considerada una modalidad turística que plantea una interrelación más estrecha con la naturaleza, preocupada en la conservación de los recursos naturales y sociales del área en que se efectúa la actividad turística. La Secretaría de Turismo, con el fin de facilitar la planeación y desarrollo de productos turísticos que atienda las exigencias, gustos y preferencias de quién demanda en el mercado turístico este tipo de servicios, ha buscado estandarizar y unificar criterios sobre el término.

“Turismo Alternativo”

Para ello, ha basado su definición desde el punto de quién compra y efectúa el viaje, en tres puntos característicos: 1. El motivo por el cual se desplazó el turista: El de recrearse en su tiempo libre realizando diversas actividades en constante movimiento, buscando experiencias significativas; 2. En dónde busca desarrollar estas actividades: En y con la naturaleza, de preferencia en estado conservado u originario y, 3. Qué condiciones y actitudes debe asumir el turista al realizar estas actividades:

Con un compromiso de respetar, apreciar y cuidar los recursos que está utilizando para recrearse. (SECTUR, TURISMO ALTERNATIVO , 2002)

Entonces es que la Secretaría de Turismo define al Turismo Alternativo como: Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. Esta definición ha facilitado, a su vez, realizar una segmentación del Turismo Alternativo, basado en el tipo de interés y actividades que el turista tiene y busca al estar en contacto con la naturaleza.

Es así, que la Secretaría de Turismo ha dividido al Turismo Alternativo en tres grandes segmentos, cada uno compuesto por diversas actividades, donde cabe mencionar, que cualquiera de las actividades que a continuación se definen, puede requerir de guías, técnicas y equipos especializados: • Ecoturismo, • Turismo de aventura y, • Turismo rural

Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales

“Ecoturismo”

Las palabras ecoturismo o eco turístico son términos utilizados actualmente para definir diversos conceptos, algunas veces usados de forma indiscriminada y hasta anárquica. En ocasiones se utilizan como sinónimo de “Desarrollo Turístico Sustentable” siendo que este concepto se refiere a un modelo de planeación turística que como ya se mencionó anteriormente se deben observar tres ámbitos: el social, el económico y el ambiental, siendo este último el eje central del modelo, basado en detener las tendencias de deterioro de los recursos naturales.

“Turismo de aventura”

En este segmento el turista puede encontrar y satisfacer su búsqueda por mejorar su condición física, reducir la tensión y por lo tanto mejorar su estado emocional y físico, así como vivir la experiencia de “logro” al superar un reto impuesto por la naturaleza, en donde la experiencia es sólo entre la naturaleza y el turista, por lo tanto quedan excluidas las competencias deportivas o denominadas actividades “extremas”, en donde el reto es contra el tiempo o contra el hombre mismo. La Secretaría de Turismo define al Turismo de Aventura como: Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza. Este segmento está compuesto por diversas actividades agrupadas de acuerdo al espacio natural en que se desarrollan: tierra, agua y aire.

“Turismo Rural”

Este segmento es el lado más humano del Turismo Alternativo, ya que ofrece al turista la gran oportunidad de experimentar el encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades que cohabitan en un ambiente rural y además lo sensibiliza sobre el respeto

y valor de su identidad cultural. En el Turismo Rural, el turista no es un visitante-observador en un día de paseo, es una persona que forma parte activa de la comunidad durante su estancia en ella, en donde aprende a preparar alimentos habituales, crea artesanía para su uso personal, aprende lenguas ancestrales, el uso de plantas medicinales, cultiva y cosecha lo que cotidianamente consume, es actor en los eventos tradicionales de la comunidad, percibe y aprecia creencias religiosas y paganas. La Secretaría de Turismo define este segmento como los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma. (SEMARNAT)

El turismo es un sector de la economía nacional que está estrechamente interconectado con la economía. Además, el turismo es un mercado de servicios turísticos, y la economía de cualquier mercado, incluido el mercado turístico, está determinada por la oferta y la demanda. La oferta y la demanda no existen por separado. En general, una oferta turística se presenta como objeto de turismo.

Una oferta turística es una combinación de servicios y productos que se presentan para su consideración por un cliente que desea realizar un viaje turístico.

El objeto de la oferta turística es un consumidor, un turista. Por lo tanto, al planificar y desarrollar un paquete de servicios, es necesario identificar las necesidades reales del cliente y orientar la oferta a estas necesidades. (MAGAZINE, 2023)

El contenido de la oferta turística también depende de las entidades que lo producen y lo reciben. Se sabe que en la formación, venta y compra de productos turísticos se ven involucrados los:

Demanda Turística: Se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar. (UNED, 2015)

El turismo representa una oportunidad de aprovechar el patrimonio cultural si se planea, organiza y promueve, generando recursos para su conservación y desarrollo. En cuanto al valor de la cultura para el turismo, el patrimonio cultural es un elemento de identidad de los sitios y comunidades, es un atributo diferenciados como base para desarrollar actividades

para los turistas y el valor para el turismo da coherencia a la oferta de los destinos, aumenta la competitividad, la estadía, el gasto y la satisfacción de los turistas y anfitriones.

Turismo cultural

El turismo cultural se define como aquel viaje turístico motivado por 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. (Sergio, 2015)

"La cultura es uno de los motores del crecimiento del turismo". Lo decía hace apenas un año el Secretario General de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Zurab Pololikashvili, durante la tercera conferencia sobre el turismo cultural organizado por la OMT y la UNESCO.

El turismo cultural es casi tan amplio como la propia cultura y en él cabe prácticamente cualquier actividad que tenga que ver o sea seña de identidad de un país, zona, ciudad o pueblo: arte, cine, lengua, deporte, religión, arquitectura, gastronomía, naturaleza y cualquier tipo de folclore.

Destino Turístico

En el caso de los visitantes internos, el destino es una zona dentro del mismo país de residencia. En el caso de los visitantes internacionales, el destino puede referirse al país visitado o a una región de dicho país. Un destino es la unidad geográfica básica utilizada para la elaboración de las estadísticas del turismo. Dentro del país de referencia, el país puede dividirse en zonas de destino que representan regiones turísticas homogéneas o que pueden ser grupos de regiones administrativas del gobierno local.

“Un destino turístico es una localidad que atrae a un gran número de viajeros y turistas en una época del año o durante todo el año, ya sean turistas nacionales o internacionales” (Turistum)

En algunos casos, el término “producto turístico” es confundido con otros conceptos a los cuales se les da un significado similar, tales como patrimonio turístico, oferta turística, o recurso turístico.

El producto turístico integra tanto los recursos, como la oferta y el patrimonio pero es algo más.

Producto turístico: Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del turista y/o visitante. Ahora bien, en la producción de productos turísticos hay que destacar el tratamiento especial de tres tipos de actividad productiva turística:

a.- Producción de bienes b.- Las agencias de viajes c.- Los operadores turísticos (SECTUR)

La definición que recoge el autor Miguel Ángel Acerenza sobre el producto turístico sería la siguiente: “Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso. Todos estos elementos que conforman el producto turístico se resumen en tres: recursos turísticos, infraestructuras, y empresas y servicios turísticos.

Los recursos turísticos pueden ser relacionados con la naturaleza, con la historia, o con la cultura viva del destino turístico.

Para el producto turístico deportivo es importante los recursos naturales, es decir aquellos recursos turísticos que aporta el espacio natural.

En cuanto a las infraestructuras, son los elementos físicos, públicos y privados necesarios para el acceso del destino y disfrute de su oferta turística por parte del turista como pueden ser por ejemplo; infraestructuras de transporte (carreteras, aeropuertos, aparcamientos), de sanidad (hospitales, centros de salud) de seguridad y protección del turista, (policía, protección civil, embajadas), de energía (alumbrado de calles), de señalización turística (paneles, monolitos con información turista de los destinos), hidráulicas (abastecimiento y evacuación de aguas).

Al hablar de servicios turísticos nos referimos a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico y que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo (empresas intermediarias, de transporte, alojamiento, organizadoras de actividades deportivas, etc.).

Servicios:

“Prestación que satisface alguna necesidad humana y que no consiste en la producción de bienes materiales. Un servicio es una prestación, un activo de naturaleza económica pero que tiene presencia física propia (es intangible)” (DELSOL, 2020) a diferencia de los bienes que si la tienen.

Servicio Turístico

“Los servicios turísticos son parte fundamental del turismo en sí, ya que constituyen todas las prestaciones que se requieren para satisfacer todas las necesidades más básicas y no tan básicas de los visitantes”. (CEUPE, 2017)

Una característica esencial del turismo, es su planificación que es parte importante para su desarrollo el cual no se presenta de manera homogénea en el espacio, si no que genera concentraciones de la actividad, siempre en relación a la materia prima del turismo (cachipiendo, 2019)

Planificar no es adivinar el futuro, sino más bien, es tomar un conjunto de decisiones que llevadas a la práctica a través de la acción, permita acercar a un determinado estado futuro deseable. En otras palabras, planificar es determinar con alguna probabilidad dónde va a estar en el futuro, en función de las decisiones que se tomen hoy.

Planificación

La planificación es un proceso sistemático en el que primero se establece una necesidad y acto seguido, se desarrolla la mejor manera se enfrentarse a ella, dentro de un marco estratégico que permite identificar las prioridades y determina los principios funcionales. Tiene como objetivo conformar un plan de actividades que permita alcanzar metas definidas.

Entre conceptos de varios autores se enfocan las siguientes definiciones:

Ezequiel Ander 1991 considera a la planificación como el proceso de preparar un conjunto de decisiones para la acción futura, dirigida al logro de objetivos por medios preferibles.

Por su parte (Goodstein, 1998)Indica que la planificación es un proceso de establecer objetivos y escoger el medio más apropiado para el logro de los mismos antes de emprender la acción.

(Molina, 1991) En su obra Planificación Integral del Turismo considera que la planificación implica la identificación de una serie de variables con el objeto de adoptar un curso de acción que, basado en análisis científicos, permite alcanzar los objetivos y metas que se han expresado con anterioridad, así mismo considera que es un proceso continuo de toma de decisiones coherentes con los objetivos propuestos.

La planificación turística es el camino que un negocio de nuestro sector recorre para llegar a su objetivo. Normalmente hay varias metas pequeñas que nos permiten alcanzar la meta principal. Como probablemente ya sepas, los objetivos deben ser específicos, medibles, alcanzables, realistas y oportunos (Andalucia)

Por tanto, al concepto de planificación no puede escapar la actividad turística.

Fenómeno económico y social en el que se encuentran un sinfín de elementos independientes cada uno con sus propias características y peculiaridades, pero fuertemente interrelacionados para formar en su conjunto lo que el turista percibe como único producto. La planificación en aquellos lugares que tienen un importante potencial turístico, pero que todavía se encuentra en un estado incipiente de desarrollo de esa actividad, puede proveerlos de la guía necesaria para su desarrollo. (LUJAN, 2013)

Planificación turística:

“La planificación es un instrumento orientado a un producto final que prevé propósitos o desafíos a futuro, identifica hechos y supuestos que a través de sus acciones logran soluciones a problemas que afectan y que pueden ser prevenidos, significa también la modificación o cambio no repentino sino planificado y paulatino” (Ruiz, 2007)

Todo territorio que posea un cierto interés o potencial para el desarrollo de la actividad turística ha de estar sujeto a una adecuada política que permita ordenar, regular, desarrollar, promocionar y controlar las distintas actividades y transformaciones en dicho espacio, y de esta manera, orientarlas al uso y explotación turística.

La planificación turística alcanza también diferentes formas (imperativa, indicativa o mixta), amplitudes temporales, jurídicas y administrativas. Sus niveles están dados por el grado de generalidad o la amplitud de análisis que abarquen, éstos de acuerdo al espacio físico que cubra el proceso de planificación que se emprenda.

El producto dependerá del elemento a planificar y, finalmente, los destinos de la planificación turística se determinarán de acuerdo con las clases de turismo hacia los cuales se orientan sus esfuerzos”.

“La planificación va en función de las áreas geográficas y el Inventario Turístico, para cualquiera de ellas debe también figurar como un conjunto integrado de recursos” (Ramos, 2017)

Elementos de la planificación turística

La integración de los elementos de la planificación turística, incrementa las posibilidades de visita en un territorio, se trabaja con necesidades multisectoriales que facilitan la identificación de problemas en el área de recreación y ocio, las estrategias se atomizan para satisfacer las necesidades de los viajeros en la calidad de los servicios, pero incrementando los procesos de innovación y promoción turística.

La planificación es necesaria en cualquier actividad económica, y sobre todo en turismo, pues hay que compatibilizar el desarrollo económico (creación de empleo, aumento del PIB, etc) con la conservación del medio ambiente, cultura, arquitectura, gastronomía, etc, ya que estos son factores de producción en esta actividad, representando la materia prima de la “producción turística”. “Es un proceso que escucha las necesidades vulnerables de la naturaleza y a todos sus elementos, prioriza soluciones, enraíza compromisos, valora aportes y enaltece la participación de la especie superior que garantiza la contemplación de los recursos por mucho tiempo” (Riviera, 2016)

Pasos para la Planificación

“Generalmente se definen varios aspectos relacionados con los pasos para lograr una buena planificación, entre estos podemos señalar los siguientes:

- Detección de una oportunidad
- Establecimiento de objetivos

- Identificación de las alternativas
- Elección de una alternativa
- Elaboración de los planes de apoyo'' (Sanchez, 2017)

. Existen principalmente tres aspectos que se deben tomar en cuenta para la planificación turística los cuales son:

- Marketing: Todas aquellas acciones que vas a realizar para promocionar tú servicio o producto, ya sea publicidad tradicional,.

Marketing digital: Es el conjunto de estrategias volcadas hacia la promoción de una marca en el internet. Se diferencia del marketing tradicional por incluir el uso de canales y métodos que permiten el análisis de los resultados en tiempo real. (STACIÓN)

- Economía: Por supuesto, necesitas que tu servicio o producto sea rentable, y para ello debes tener en cuenta todos los recursos que necesitas para sacarlo al mercado (empleados, alquileres, materiales, etc.) y obtener un beneficio. Es la ciencia que estudia como las familias, empresa, gobiernos organizan los recursos disponibles que suelen ser escasos para satisfacer las diferentes necesidades y así tener un mayor bienestar. (INE)

Para el caso particular de esta investigación la planificación es primordial ya que a través de esta se pretende de forma ordenada llevar a cabo los objetivos planteados, que permitan el uso racional y adecuado de los recursos naturales y culturales del municipio Camarón de Tejeda. Por lo que se definirán los recursos para que se pueda tener una mejor comprensión de la importancia de estos en la actividad turística. Recurso es el medio adecuado para la consecución de un fin, para un logro determinado, que se objetiva e individualiza al ser aplicado específicamente a un orden de cosas, a las cuales puede recurrir para obtener un fin preconcebido. (Gutierrez, 1983)

El recurso crea una motivación para que se dé el desplazamiento de turistas y satisface una necesidad de descanso, salud, diversión, etcétera. Representan también el patrimonio turístico de una zona, región o país, más la aportación humana es decir, cuando los bienes materiales e inmateriales de una zona experimentan modificaciones, pasan a ser un recurso

inicial y posteriormente al tener la capacidad de atracción de visitantes se convertirán en recursos turísticos

Recursos

El Diccionario de la Real Académica Española (DRAE, 2019) señala que recurso es el «conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa» lo que significa que un recurso se define por su capacidad para satisfacer necesidades humanas que pueden ser, según Maslow, fisiológicas, de seguridad, de afiliación, de reconocimiento y de autorrealización.

Turísticos

El término turístico está asociado al turismo, que se define por la Organización Mundial del Turismo (OMT ONU1994) como «las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

Recurso Turístico

Los recursos son aquellos elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las adecuaciones necesarias para atender visitantes, pero que se presentan como un activo turístico en stock. Es decir, se debe tomar en cuenta que el recurso turístico es el elemento básico para poder desarrollar un destino con atractivo turístico y diferenciarse de la competencia. Es alrededor de estos que se pueden crear servicios como: hoteles, restaurantes, centros de diversión, entre otros, en la mayoría de las ocasiones terminan por constituir el elemento principal que motiva el desplazamiento de los turistas, esencialmente por ocio. Es de suma importancia un correcto análisis del potencial de aprovechamiento que tienen estos recursos a fin de que se haga buen uso de ellos y no se “exploten” de sobre manera, ya que la gran mayoría pueden sufrir daños permanentes.

Entendemos como recurso de un municipio a la parte fundamental de su oferta turística, que comprende los siguientes aspectos: Los atractivos de tipo natural, cultural, histórico o monumental, definen la identidad de un pueblo y como lugar de atracción turística.

Es necesario considerar que los recursos naturales y culturales son la materia prima del turismo ya que estos son causa suficiente para provocar un desplazamiento que debe ser a través de un aprovechamiento racional.

Recursos naturales

Se definen como aquellas riquezas que se encuentran en estado natural para ser utilizados racionalmente en beneficio de la humanidad y que motivan al sujeto a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él.

Es todo material que se obtiene del planeta tierra, como el agua superficial o subterránea y los océanos, los minerales (plata, fierro, carbón mineral), los energéticos (petróleo y carbón mineral), las rocas (arcillas para cerámica, fosfatos, arena de cuarzo, caliza, agregados pétreos), además de los recursos bióticos que son objeto de explotación: el ganado, los peces, y los bosques. (GRN)

Recursos culturales

Son el resultado de la creatividad humana como las obras de creación estética (arquitectura, pintura, escultura, música, danza y artesanía) pasado y presente, así como las obras derivadas de la técnica y de experimentación. Lograr el aprovechamiento óptimo de riquezas naturales y culturales es hoy en día una necesidad impostergable, y es el turismo una de las actividades que ha tomado una gran consideración con respecto al uso racional y adecuado de estas riquezas.

Los recursos culturales, en su naturaleza, son variados y pueden incluir cualquier número de materiales, objetos o sitios que sean considerados de gran importancia cultural o histórica para las personas (Forests)

Atractivo turístico

El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio.

El “atractivo turístico” es un lugar de interés que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural inherente o exhibido, significancia histórica, belleza natural o artificial, original, porque es raro, misterioso, o para la recreación y diversión.

Concepto de inventario de recursos turísticos

Cualquier aproximación al concepto de inventario de recursos turísticos debe partir del análisis de los términos inventario, recurso y turístico.

Es por consiguiente, la labor de recopilación, ordenación y catalogación del total de atractivos de un lugar.

El inventario de recursos turísticos es un sistema dinámico que facilita la recogida de información con la finalidad de evaluar las potencialidades que posee un territorio para emprender un proyecto de desarrollo turístico y en ese sentido es un instrumento que garantiza la toma de decisiones. (Terry, 2019)

Inventario

La palabra inventario proviene del latín inventariūm, que significa “lista de lo hallado” o “catálogo de cosas”.

Según el Diccionario de la Real Lengua Española (DRAE, 2019) un inventario es el asiento de los bienes y demás cosas pertenecientes a una persona o comunidad, hecho con orden y distinción. Papel o instrumento en que están escritas dichas cosas.

Se define también como inventario al «registro documentado de todos los bienes materiales que posee una persona física, una empresa, una comunidad, etc., en un momento determinado. (Concepto de definición)

Objetivos del inventario de recursos turísticos

La planificación y desarrollo de un inventario de recursos turísticos atiende, entre otros, a los siguientes objetivos:

- Conocer de forma objetiva los recursos turísticos que posee un territorio y las potencialidades tiene para generar corriente turística.

- Disponer de un instrumento de trabajo que aporte información real para la planificación estratégica de programas y proyectos de desarrollo turístico.
- Facilitar la información necesaria para la creación de productos turísticos de calidad que den respuesta a la demanda.

Promoción:

La promoción se suele relacionar con la comunicación del producto o servicio. Engloba todo aquello que sirve para estimular la compra o venta de un producto/servicio. Algunas de las herramientas empleadas son publicidad, las relaciones públicas y la venta personal como estrategia comercial. (DIRCOMFIDENCIAL)

La promoción turística hace referencia a la difusión de un lugar como destino turístico, y toma mayor importancia porque incentiva la llegada de visitantes, los cuales generarán ingresos económicos y tiende a mejorar la calidad de vida de la población. Además, la promoción ayuda a que los turistas conozcan los recursos y servicios que posee un determinado lugar, es decir los productos turísticos que posee. En este sentido, el producto turístico es el “conjunto de prestaciones, materiales o inmateriales, que se ofrece al mercado con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas. (Montejano, 1998)

La oferta turística es el conjunto de productos turísticos y servicios que se ponen a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo. (Sancho, 1988). A este conjunto es necesario añadirle un desarrollo adecuado de la promoción orientada hacia los potenciales consumidores. (Boullon, 1997)

Plan:

Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra. (M, 2009)

Desarrollo:

Desarrollo significa crecimiento, aumento, reforzamiento, progreso, desenvolvimiento o evolución de algo. Designa la acción y efecto de desarrollar o desarrollarse. El concepto de

desarrollo hace referencia a un proceso en desenvolvimiento, sea que se trate de un asunto de orden físico, moral o intelectual, por lo cual puede aplicar a una tarea, una persona, una sociedad, un país o cualquier otra cosa.

Plan de desarrollo

Es una herramienta de gestión que busca promover el desarrollo social en una determinada región. Este tipo de plan intenta mejorar la calidad de vida de la gente, atiende las necesidades básicas insatisfechas, el concepto de plan de desarrollo está emparentado con las acciones de gobierno y sus políticas públicas y sus estrategias. (México, 2021)

Plan de desarrollo turístico

“Es un una herramienta que brinda los lineamientos para la gestión turística de un determinado territorio y que orienta las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible e inclusivo” (Unidas, 2014)

Todo esto nos conlleva a un proceso en el cual no solo se identificaran únicamente problemas y compromisos, sociales, económicos y ambientales sino que también se trabajara de manera integral, para identificar el problema y así crear una propuesta siendo un primer paso funcional para su posterior solución que es incentivar el turismo en el municipio de Camarón de Tejeda, mediante objetivos factibles que priorizan las necesidades identificando alternativas en correspondencia a los objetivos planteados con anterioridad vinculando las metas accesibles a las alternativas configuradas en planes de apoyo y recursos financieros, humanos, económicos, etc. entre otros.

Es un reto enfrenta evaluar y reflexionar sobre las tendencias del turismo para a que se debe adaptar a las necesidades del municipio para llevarnos a lo que serán los escenarios futuros. Se debe planear un desarrollo en el cual se debe comprender y entender las causas diversas de la falta de importancia turística,

De alguna manera se fortalecerá con acciones favorables al municipio incentivando el turismo, para obtener ofertas de empleos y a su vez derrama económica. Aunque de acuerdo a lo anterior es importante tener en cuenta que para su viabilidad respecto al posible desarrollo de las actividades en el turismo se está fuertemente vinculado a la posibilidad real de contrarrestar el deterioro algunos recursos.

Un plan de desarrollo turístico municipal tiene como objetivo Tiene como objetivo contar con un instrumento de planeación, a partir del análisis integral que defina e impulse el desarrollo ordenado de la actividad turística del Municipio de camaron de Tejeda ., definiendo estrategias, acciones e inversiones así como productos turísticos detonadores, acordes a los requerimientos del mercado y expectativas que contribuyan a integrar y consolidar productos turísticos complementarios a la oferta actual.

CAPÍTULO V METODOLOGÍA

5.1 Proceso de investigación

5.1 Proceso de investigación

El diseño Metodológico es la forma particular que organiza la propuesta de intervención. Lo metodológico debe estar soportado por la postura, conceptual y del investigador; es decir, cada diseño metodológico ha de responder con coherencia interna a la concepción de ser humano, a la concepción de educación y a los principios pedagógicos que orientan a cada investigador (estudiante en proceso de grado) en su quehacer.

En ese sentido, esta investigación busca comprender cómo la propuesta de crear un plan de desarrollo turístico ayude a incentivar el turismo en el municipio de camarón de Tejada.



Para el proceso de la investigación se seleccionaron y analizaron distintas fuentes y artículos de información existente del sector turístico del municipio así como también investigar el dominio de la misma con el que cuenta el personal encargado, para detectar más a fondo las causas de la escasez turística y/o las oportunidades de crecimiento que tiene el municipio para elaborar las herramientas y/o técnicas de investigación que nos ayudarán a analizar con qué accesibilidad cuenta el sector turístico cultural y que recursos se pueden utilizar para la elaboración del plan de desarrollo.

Para desglosar la composición del municipio se debe contar con información de los principales elementos los cuales son:

Población: Conjunto de personas inscritas en el padrón municipal.

Gobierno: El Gobierno Municipal es la entidad territorial que está a cargo del territorio municipal o municipio, éste goza de autonomía política, fiscal y administrativa dentro de los

límites convenidos por la Constitución y las leyes de descentralización de cada país. (E, 2007)

Territorio: ubicación geográfica con sus respectivos mapas; toponimia, glifo o escudo, historia del municipio para conocer los procesos cambios y continuidad. Identificación de elementos que estructuran la identidad de la comunidad; inventarios de patrimonio natural apoyado en los conocimientos de la geografía y cultural tanto tangible como intangible, por medio de los aportes de la antropología, la arquitectura, iconografía, etc.

5.2 Diseño metodológico

5.2.1 Enfoque de investigación

El enfoque de investigación a desarrollar es cualitativo, ya que este enfoque se basa en un procedimiento empírico, es decir se establece una relación del investigador con el hecho social y para ello se requieren habilidades intuitivas cuyo objetivo es la indagación de información.

En este tipo de enfoque se manejan tres niveles;

- 1.- Comprensión subjetiva: Se basa en el condicionamiento ejercido por la relación con el entorno, antecedentes y demás factores.
- 2.- Comprensión interpretativa: Se debe realizar un análisis respecto a los resultados obtenidos.
- 3.- Comprensión positiva: Se establecen las conclusiones para entender los hechos objetivos.

El enfoque cualitativo se caracteriza por la recolección de datos mediante la observación directa e investigación documental la cual se estudia como primer punto para poder así crear una teoría. Es por ello que es estrictamente necesario iniciar con una técnica de observación, para poder conocer la posibilidad de crecimiento del sector turístico en el municipio así como la disponibilidad de servicios, para su aprovechamiento y diseño de actividades que beneficien el sector.

5.2.2 Tipo de investigación

La propuesta de investigación denominada: es de carácter: Descriptiva y documental el mismo que consiste en “Describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es detallar cómo se manifiestan”. (Hernandez, 2010) Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.

Cabe mencionar que esta metodología cuenta con una herramienta importante que permite indagar más allá de la búsqueda de información, permitiendo conocer la percepción de los turistas. En ese sentido, esta investigación busca comprender cómo la propuesta de crear un plan de promoción turística en el Municipio de Camarón de Tejeda permite incentivar el turismo y para lograrlo se toma en cuenta el proceso de investigación. Cabe señalar que la evidencia se ha recolectado a través de una serie de técnicas e instrumentos que incluyen la entrevista.

5.2.3 Método

El tipo de método que se utilizará en esta investigación es Inductivo, que es la base de toda investigación cualitativa y parte de lo particular a lo general a través de un proceso que se inició con la observación para el registro de eventos, clasificación y su análisis. Generalmente el método deductivo se utiliza para referirse a una forma específica de pensamiento o razonamiento que extrae conclusiones lógicas o validas a partir de un conjunto dado de premisas o preposiciones’’

(2019)

Dado el carácter cualitativo de la investigación y su contexto conceptual enmarcado en el ámbito de la promoción turística, la población y muestra seleccionadas se han realizado tomando algunos criterios específicos que se detallan en los siguientes párrafos.

5.2.4 Técnicas y herramientas de investigación

INSTRUMENTOS

Cabe mencionar que esta metodología cuenta con una herramienta entrevista importante que permite indagar más allá de la búsqueda de información se escoge por ser un instrumento que por su grado de interacción del investigador con la persona quien posee la información es mínimo; la información es obtenida por medio de preguntas formuladas en instrumentos como el cuestionario que tiene como propósito obtener información relativa a características predominantes de una población mediante la aplicación de procesos de interrogación y registro de datos. Es una técnica que al igual que la observación está destinada a recopilar información; Esta dirigido a los turistas que visitan el municipio de camarón de Tejeda con el fin de obtener información respecto a cada cuanto lo frecuentan así como el motivo de su visita, entre otras cosas.

Constituye una fase completamente mecánica, la cual puede llevarse a cabo de forma manual o computarizada.

Esta técnica fue aplicada a un total de 20 individuos (turistas) y los datos obtenidos están en función de los tipos de preguntas elaboradas. Algunas respuestas son abiertas y otras opción múltiple, que permitirán comprobar lo planteado en la definición del problema de investigación.

5.2.5 Descripción del/los instrumento (s)

Instrumento: Encuesta.

Tipo de preguntas: 10 opción múltiple

Unidad de muestreo: Cuestionario impreso

5.2.6 Diseño del/los instrumento (s)

Cuestionario dirigido a turistas

Fecha:

Estado civil:

1.- ¿Es turista...

Local

Nacional

Internacional

2.- ¿Cuál es el motivo de su visita?

Oferta cultural

- Oferta deportiva
- Oferta turística
- Otro

3.- ¿Con quién viaja generalmente?

- Solo
- Pareja
- Familia
- Amigos

4.- ¿Conoce algún evento cultural del municipio? ¿Cuál?

5.- ¿Conoce algún evento deportivo? ¿Cuál?

6.- ¿Cómo se enteró de la oferta turística del municipio de camarón de Tejeda?

- Internet
- Amigos
- Volantes

7.- Durante su visita en el municipio de Camarón de Tejeda ¿cuánto duro su estancia?

- 3 horas
- 5 horas
- 1 Día
- 2 Días

Otro

8.- ¿Cada cuánto visita el municipio de Camarón de Tejeda?

- Primera vez
- Quincenal
- 1 Vez al mes
- Otro

9.- ¿Qué medio de transporte utiliza para llegar al municipio?

- Particular
- Público

CAPÍTULO VI RESULTADOS Y ANÁLISIS

6.1 Análisis e interpretación de resultados

En relación a este capítulo, se presentan los resultados obtenidos del análisis de los hallazgos recolectados, mediante la aplicación de los instrumentos descritos anteriormente.

Estado civil

El perfil sociodemográfico del Turista, implica conocer aspectos importantes entre esos, su estado civil, por cuanto permite caracterizar de manera desde diversas ópticas la demanda turística para el Municipio, puede entonces decirse que en primer lugar se constituye en el intento de comprender la dinámica de la demanda, y por lo tanto tratar (solo tratar, dado que es sumamente difícil comprender el comportamiento del ser humano desde la óptica de consumidor).

Teniendo en cuenta los resultados se tiene que el 70% de los turistas encuestados tiene como estado civil soltero dejando mayoritariamente la opción de casados con un 30%

1.- ¿Es turista Local, Nacional, Internacional?

“El turismo es definido como un sistema socio-económico basado en la recreación física y emocional de las personas, integrado por diferentes actividades que se desarrollan en la dimensión ambiental, cultural y económica del ser humano y que partiendo de la sensibilización, capacitación y organización de las comunidades para prestar buenos servicios, aprovecha racionalmente los paisajes y el patrimonio histórico cultural, para convertirlos en centros de atracción que capten visitantes nacionales o internacionales, quienes durante su estadía generan ingresos que benefician a la comunidad anfitriona.” (Fernandez, 2010).

Desde lo anterior, se considera importante el conocimiento de la demanda turística de un destino, que se enfoque en tratar de conocer las características de origen del turista, lo cual desde luego permitirá a la administración municipal generar estrategias que posibiliten la satisfacción del turista a partir de una oferta turística acorde con sus necesidades, por lo cual preguntarle a los turistas que visitan el Municipio de Camarón de Tejeda , su lugar de origen, permite llegar a los siguientes datos: el 98% de los encuestados son turistas locales y solo el 2% turistas nacionales.

2.- ¿Cuál fue el motivo de su visita?

De antemano resulta importante manifestar que el turista puede realizar distintas actividades en su destino, en función de las motivaciones de su viaje y sobre todo el uso que pretenda darle a su tiempo de ocio.

En tal sentido, la investigación se centró en la oferta pública y privada que posee en el Municipio, en cuanto a la gastronomía, la cultura, el turismo propiamente dicho y el deporte. En cuanto a los resultados se obtuvo que

1. El concepto otro, como opción que le permitiera al turista, (disponer de una opción que sea distinta, dado que puede visitar al municipio por familia, trabajo, abstraerse del trabajo, gastronomía y demás, esta opción contó con el 20% del total de encuestados.

El tema cultural, a partir de tomarlo como el contexto general en que se desarrolla la actividad turística, en cualquier clase de turismo que se realiza siempre hay un tipo de contacto con la cultura receptora, contacto que se incrementa a medida que el patrimonio, las costumbres y las actividades de las comunidades rurales y urbanas se asumen como recurso para el despliegue de actividades turísticas, esta opción constituyo el 20%

4. El factor deportes alcanzo una valoración del 60%

¿Con quién viaja generalmente?

El comportamiento del viajero en el momento de la selección del destino turístico, depende de la imagen que tenga el destino, por ello, esta investigación resulta importante a nuestro entender pues posibilita de alguna manera comprender la dinámica, las motivaciones y los gustos de viaje de los turistas que visitan el Municipio de camarón de Tejeda , teniendo en cuenta, por ello la intencionalidad de esta caracterización y en particular de este apartado, pretende superficialmente indagar respecto de la composición del viaje de los encuestados, lo cual puede en dado caso convertirse en instrumento que le suministre información importante a la administración municipal para la consolidación clara de una oferta turística capaz de atender con solvencia las necesidades de los visitantes.

Por lo cual preguntar sobre la composición del viaje teniendo en cuenta

1. Viajan solos, esta opción corresponde al 13% de los turistas
2. Viajan con la familia esta opción corresponde al 39% del total encuestados
3. Viajan en parejas esta opción corresponde al 30% del total encuestados
4. Viajan con amigos esta opción corresponde al 18% del total encuestados

¿Conoce algún evento cultural o deportivo del municipio?

El 70% de los encuestados visitan el municipio en las fechas de fiestas tradicionales como lo es la fiesta patronal en honor a san José que se celebra en el mes de abril, Mientras que el 30% visita el municipio por los encuentros deportivos como lo es los torneos de Futbol y béisbol.

¿Cómo se enteró de la oferta turística del municipio?

El turismo entendido desde lo cultural como un proceso social que tiene como elementos de referencias asociados a procesos simbólicos que se denominan "cultura", y este se encuentra fuertemente ligado al concepto de "patrimonio" -entendido éste, preliminarmente, como el uso o posesión de los bienes producidos como consecuencia de estos procesos "culturales".

Por lo cual preguntarle al turista sobre la cultura y su importancia en la oferta turista debemos entenderla desde una visión crítica y problemática, que implica comprensión y diálogo en contextos muy amplios dada la poca oferta de este tipo de segmento,

Para poder satisfacer las expectativas de la demanda turística es esencial que los destinos turísticos se basen en la creación de autenticidad y emoción que atraigan a los viajeros, desde luego a partir de su cultura, su naturaleza, su propuesta de experiencias inolvidables.

Las estrategias mercadotécnicas que permiten la promoción de sus productos (bienes y/o servicios) con énfasis en la satisfacción total de los clientes, definen con exactitud matemática la supervivencia de las organizaciones. Es decir la promoción turística es uno de los grandes pilares de la Comunicación del Marketing Integrado, la cual se refiere a comunicar a los posibles turistas (consumidores) sobre una oferta turística. En el caso de la promoción de los destinos turísticos se identifican instrumentos de la promoción tradicional y no tradicional.

Sin embargo, se ha analizado no existen campañas de marketin pata promocionar el municipio como parte de la del destino turístico"; si bien conocen la importancia del sector turístico en la dinámica económica de su población, no le reconocen su aporte con promoción que posibilite el conocimiento por parte de los reales y potenciales visitantes.

Teniendo en cuenta las apreciaciones iniciales, se tiene que los resultados validan las nuevas formas que destina el turista para elegir su sitio de visita, a partir de su oferta, entre esas opciones de búsqueda y elección de destino se tiene:

1. Internet con el 19%
2. Referencias familiares, amigos con el 81%

Durante su visita en el municipio de camarón de Tejada ¿Cuánto duro su estancia?

Luego del cumulo de preguntas anteriores (respecto de temas relacionados con el conocimiento de la oferta turística del Municipio, nos vemos obligados a tratar de conocer

aspectos más puntuales entre el cual se destaca la duración de la estancia del turista en la jurisdicción.

Por lo cual conocer en profundidad cuáles son los factores que condicionan las decisiones sobre la duración de la estancia supone un objetivo relevante de investigación, que permitirá aportar la información necesaria a las instituciones públicas y privadas de cara a una mejora continua de la gestión de los destinos tradicionales. Desde luego que en este trabajo no nos dedicamos a analizar la duración (estancia) como fenómeno particular, sino como un factor asociado al turismo en el Municipio por lo cual Identificar los determinantes de la estancia para este destino particular es una tarea relevante en la mejora del conocimiento de este importante sector de la economía.

La característica fundamental de este turismo es que se consolida en la oferta la mayoría de las veces fines de semana o de visitas cortas que no alcanzan un día por parte del turista; no cuenta con la suficiente infraestructura ni estándares de calidad para decir que se considera como un sector competitivo. En el sector turismo, las diferentes entidades públicas como la alcaldía no adelanta programas de oferta turística que vayan de acuerdo a las necesidades y la cultura, con el fin de potencializar el turismo como un sector competitivo para generar un alto impacto en la economía.

Destacando además, que no se realizan cruces de la respuestas obtenidas a partir del cuestionario desarrollado, puede asociarse que una de las principales razones que supeditan la estancia de cualquier turista en el destino, con el gasto diario destinado para tal efecto, como también el presupuesto general de la visita.

Para lo cual se tienen los siguientes resultados

1. Estancias de más de 3 horas con el 80%
2. Estancias mayores comprendidas de 5 horas con el 10%
3. Estancias de 1 día el 0%
4. Finalmente la estancia de (2) días que es la de menor escogencia nula por el 0%

¿Cada cuánto visita el municipio?

Resulta sumamente importante conocer de manera aproximada y temporal cada cuanto el turista visita el Municipio en que temporadas, lo cual podría explicar los resultados obtenidos, partiendo del turista que visita por primera vez el Municipio (se obtiene el 35% de los encuestados, seguido de cerca aparece la opción de visita cada quince (15) cada

mes (40%) opción que obtiene el 20% del total, mientras que la visita otro aparece con el 25%.

¿Qué medio de transporte utiliza para llegar al municipio?

La dinámica turística de un destino, se encuentra fuertemente relacionada con el factor accesibilidad entendida en la oportunidad de acceso a ella mediante vehículos de transporte público y particular que acerquen a los usuarios con el destino.

Por lo anterior podemos considerar sin lugar a dudas que el transporte es un factor determinante del producto turístico, dado que representa el medio de llegar al destino, es un medio necesario para los desplazamientos dentro del destino visitado, y porque no se podría pensar, en un número reducido de casos, la propia atracción o actividad turística.

Los resultados permiten observar que el 28% de los encuestados visita el municipio de Camarón de Tejeda en transporte público, mientras que el restante 72% de los encuestados tiene su llegada al destino turístico en vehículo particular.

6.2 Conclusiones y recomendaciones

En el presente documento, se entrega una propuesta de planificación de desarrollo turístico municipal.

A partir de la elaboración de esta investigación es posible señalar que impulsar la actividad turística es una tarea que se debe asumir a partir de las propias atribuciones de las autoridades locales, así como de otras funciones que tienen un impacto directo en el éxito o fracaso del lugar como destino turístico debemos reconocer que es necesario potenciar aún más el rol municipal en la planificación del turismo a nivel local, ya que muchas veces por razones como la insuficiencia del financiamiento disponible, por la carencia de recursos humanos calificados o incluso por que no se le asigna a la actividad turística la importancia que tiene como fuente de ingresos y bienestar.

Es indudable la importancia de la planificación turística dentro de los municipios, para lograr una administración eficiente mediante una adecuada coordinación entre el sector público y privado a través de planes, programas y proyectos de turismo interno o receptivo enmarcados dentro del plan de desarrollo del municipio, y en concordancia con los planes estratégicos distritales.

Los municipios son los principales organismos llamados a actuar para eliminar el centralismo administrativo, político, económico, cultural y tomar iniciativas para fortalecerse y ejecutar acciones clave para elevar la calidad de vida de las poblaciones a las que representan, contribuyendo así al desarrollo nacional. Entre estas se encuentra el turismo que, si es realizado sosteniblemente, elevará la competitividad del destino, contribuirá al desarrollo social, cultural y económico de la localidad y promoverá la conservación medioambiental.

El turismo es una actividad que contribuye a la transformación económica del destino, las sociedades que en él habitan y el entorno en el que se desarrolla y con el cual interactúa. Los gobiernos locales, por sus facultades legales y su cercanía tanto a los recursos como al sector empresarial y a las comunidades, tienen mayores posibilidades para identificar la demanda, contactar y regular la oferta, gestionar aspectos que afectan la vida cotidiana de la población (salud, seguridad, transporte, etc.), participar en la política pública, negociar y cooperar con el sector privado lo cual los convierte en los agentes con grandes ventajas para consolidarse como gestores del turismo local.

El requerimiento principal para el impulso del turismo a través de la labor municipal es la toma de conciencia, por parte de las autoridades locales, de la importancia del turismo en la generación de beneficios para su localidad. Es indispensable también contar con una labor conjunta, tanto del sector público como privado y la sensibilización de la comunidad local para lograr su participación y compromiso con la actividad turística.

De igual manera importante resaltar al rol de la sociedad local dentro de la planificación turística, considerada no sólo como legítima y necesaria destinataria de los beneficios de este desarrollo, sino también como actor fundamental para que el desarrollo turístico sea llevado a cabo, a partir del reconocimiento de sus potencialidades y de su capacidad de actuar, atributos que la planificación debe reconocer e incentivar. Necesidades y potencialidades asignadas a la sociedad local derivan, de este modo, en la búsqueda de la

participación local con la doble función de garantizar que sus integrantes intervengan activamente en los procesos de desarrollo y se beneficien con sus resultados.

Recomendaciones

Es importante que el Municipio de Camarón de Tejeda desarrolle un turismo competitivo no solo a nivel local sino nacional, a través del diseño de un plan de desarrollo turístico que permita posicionar el en el municipio como un sector competitivo y de calidad que pueda competir con la oferta turística de otros municipios de la provincia y del Departamento.

Desde luego que se pretende que el estudio del Turismo para el Municipio de posibilite el mejoramiento y posicionamiento del municipio, como también el aprovechar las ventajas y oportunidades que en este se presentan, se propone una serie de estrategias factibles que se deben implementar en el menor tiempo posible, estrategias que van alineadas con las metas en materia de turismo que plantea la demanda, y no en la obsolescencia y minimalismo que plantea la Administración Municipal en su Plan de Desarrollo actual.

Es fundamental la vinculación de la sociedad en las estrategias, que el turismo y la cultura del municipio haga parte de la identidad de los habitantes, para que se convierta en el motor de la actividad económica para la comunidad del Municipio, para lo cual recomendamos.

Los siguientes puntos:

- 📌 Atención y asesoría integral de la oficina de Turismo del Municipio a propios y turistas.
- 📌 Creación de una página web destinada a la promoción turística del Municipio de Camarón de Tejeda.
- 📌 Mejorar la infraestructura turística,
- 📌 Brindar información turística a los visitantes.
- 📌 Optimizar la organización turística actual.

Referencias bibliográficas

1. <https://www.andalucialab.org/blog/planificacion-turistica-que-es-y-como-llevarla-acabo/#:~:text=La%20planificaci%C3%B3n%20tur%C3%ADstica%20es%20el,%2C%20alcanzables%2C%20realistas%20y%20oportunos>
2. [https://www.grn.cl/recursosnaturales.html#:~:text=Recurso%20natural%20es%20todo%20material,agregados%20p%C3%A9treos\)%2C%20adem%C3%A1s%20de%20los](https://www.grn.cl/recursosnaturales.html#:~:text=Recurso%20natural%20es%20todo%20material,agregados%20p%C3%A9treos)%2C%20adem%C3%A1s%20de%20los)
3. <https://www.workingforests.org/los-recursos-culturales/>
4. http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_turismo.htm#_ftn1
5. <https://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>
6. <https://www.iberdrola.com/cultura/que-es-turismo-cultural-y-su-importancia>
7. https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/91963.pdf
8. <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-oferta-turistica.html>
9. <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>

10. <https://www.terryconsultores.com/2019/03/13/inventario-de-recursos-turisticos/#:~:text=El%20inventario%20de%20recursos%20tur%C3%ADsticos%20es%20un%20sistema%20din%C3%A1mico%20que,garantiza%20la%20toma%20de%20decisiones.>
11. <https://conceptodefinicion.de/inventario/>
12. <https://definicion.de/plan/>
13. <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/006145.pdf>
14. [https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/compendio_2013/dgeiawf.semarnat.gob.mx_8080/ibi_apps/WFServlet43c3.html#:~:text=La%20Secretar%C3%ADa%20de%20Turismo%20\(SECTUR,en%20la%20conservaci%C3%B3n%20de%20los](https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/compendio_2013/dgeiawf.semarnat.gob.mx_8080/ibi_apps/WFServlet43c3.html#:~:text=La%20Secretar%C3%ADa%20de%20Turismo%20(SECTUR,en%20la%20conservaci%C3%B3n%20de%20los)
15. https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/506/4093#content/citation_reference_1
16. https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/506/4093#content/citation_reference_3https://histormex.jimdofree.com/2016/03/15/plan-de-desarrollo-tur%C3%ADstico-estructura/#:~:text=El%20plan%20de%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20municipal%20tiene%20que%20contar%20con,los%20procesos%20cambios%20y%20continuidad.

Anexos

Propuesta de plan de desarrollo.

El Plan de Desarrollo Turístico Municipal, habrá de realizar diversas estrategias que le permitan obtener los resultados que el Sector Turístico requiere para la consolidación de Camarón de Tejeda como una de las mejores opciones para el turismo alternativo. En base al Plan Nacional de Desarrollo (PND) que establece estrategias y prioridades nacionales durante el periodo 2007-2012, de tal forma que ayuden a mejorar la calidad de vida de los mexicanos. En congruencia con los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, entre los que se encuentran "Alcanzar un crecimiento económico sostenido más acelerado y generar los empleos formales que permitan a los mexicanos, tener un ingreso digno y mejorar su calidad de vida", y "Asegurar la sustentabilidad ambiental mediante la participación responsable de los mexicanos en el cuidado, la protección, la preservación y

el aprovechamiento racional de la riqueza natural del país, logrando afianzar el desarrollo económico y social sin comprometer el patrimonio natural y la calidad de vida de las generaciones futuras". Considerando además, que se establece el turismo como actividad estratégica y de prioridad nacional, para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza en las zonas con atractivos turísticos competitivos Este plan es un instrumento de carácter social, el cual define bajo qué lineamientos se regirá y se promoverá la actividad turística, en coordinación con las autoridades federales y estatales correspondientes, para lograr el desarrollo turístico del municipio de Camarón de Tejeda.

A continuación se desarrolla la propuesta de Plan de Desarrollo Turístico Municipal de Camarón de Tejeda, cuya metodología pretende que el Municipio cuente con un documento base para dirigir el desarrollo de la actividad turística ya que actualmente no existe ningún antecedente de este mismo.

Se considera que el turismo es un factor de impulso de desarrollo regional y el medio para propiciar la inversión y generar empleo. Camarón de Tejeda cuenta con diferentes atractivos culturales, pero sobre todo se califica al municipio como un lugar apropiado para realizar actividades propias del turismo en su categoría cultural.

El municipio tiene mucho que ofrecer a los turistas como recursos cultural así con valor histórico, en la zona municipio, Dentro de las proyecciones consideradas en el Plan de Desarrollo se plantea que el sector turístico se posicione como factor generador de empleos en el municipio, el turismo constituya la principal fuente de ingresos de los habitantes del municipio Dentro del análisis externo de este proyecto es necesario conocer cuáles son las tendencias que dentro de la actividad turística del municipio se están presentando, tomando en cuenta que cuando se habla de tendencias del turismo se refiere a aquellas preferencias o elecciones que el turista hace respecto a un destino, producto o servicio antes que a otros en un tiempo determinado. De acuerdo con el Plan de Desarrollo, hasta hace poco tiempo las tendencias turísticas habían señalado que los visitantes que acuden a dicho municipio eran motivados por conocer la cultura, , con valor histórico y arquitectónico, principalmente la Parroquia ubicada en la cabecera municipal, sitio donde más se concentra la afluencia turística. El segundo sitio que más reúne a visitantes es El mausoleo Franco Mexicano, con características culturales. Actualmente, uno de los sitios donde se permite la realización del turismo de gastronomía es en el restaurant Villa María Ubicado en la localidad de mata de agua que también es un centro recreativo en el cual se

puede disfrutar en compañía de la familia donde también el visitante puede degustar una exquisita trucha, disfrutar de las albercas,

} Es necesario considerar que los recursos naturales y culturales son la materia prima del turismo ya que estos son causa suficiente para provocar un desplazamiento esto a través de un aprovechamiento racional, por lo que es necesario realizar un inventario de recursos turísticos del municipio . Para realizar un inventario de recursos turísticos es necesario, en primera estancia hacer una evaluación de sus condiciones con la finalidad de conocer su potencial. La evaluación de los atractivos permite conocer que recursos tanto naturales como culturales pueden ser aprovechados con fines turísticos. Lo que se plasma en un inventario turístico. Elaborar un inventario permite conocer la capacidad del municipio para llevar a cabo la actividad turística. En el municipio existe una variedad de recursos culturales que es necesario evaluar, para conocer su potencial turístico y en base a los resultados poder crear un inventario turístico. Para la evaluación se hace uso de una cédula adaptada de evaluación de recursos de la SECTUR (2008), la cual permite identificar las características de cada recurso.

Dentro de los recursos históricos- monumental también se encuentran la fisonomía de pueblo colonial que aún se conserva en las casas con techo de teja roja, esto es conocido como el centro histórico dentro de la cabecera municipal, su estado de conservación es bueno dado que actualmente se remodelo pintado todas las fachadas que conforman el centro de la población. En cuanto a la señalización para llegar hasta el centro es insuficiente al igual que la información de los recursos.

La falta de equipamiento turístico, información del recurso y señalización son desventajas que impide acceder de una mejor manera.

Posicionar el turismo como una actividad prioritaria en la entidad, esta tarea ha significado el diseño de estrategias y programas para su desarrollo, fomento y promoción: entre estas tareas, destaca el análisis de investigación del comportamiento de quienes visitan sus destinos turísticos. En aras de un mejor conocimiento de la manera en que se hace turismo en el municipio y de las posibilidades para elevar los estándares de su competitividad turística, conforme a las expectativas de sus visitantes

El OBJETIVO Integrar en el plan un proyecto turístico de carácter sustentable adecuando los recursos existentes del lugar y logrando así la consolidación del municipio,

contribuyendo al desarrollo social, económico y a la preservación de los atractivos turísticos del destino.

Se desea alcanzar estas estrategias Al término de la realización del proyecto

- Crear y lograr el reconocimiento de la marca turística diseñada para identificar al municipio.
- Impulsar la práctica de actividades diversas del municipio.

1.- Publicar en periódicos, puntos estratégicos del lugar y medios de transporte la oferta turística

3. Realización de actividades deportivas y culturales como lo es carreras de caballos, cabalgatas, presentaciones de ballet folclóricos etc.

4. Aplicación del diseño en la oferta turística.

También es importante monitorear los visitantes llevando a cabo un

- Control y registro de visitantes
- Actualización del inventario turístico
- El ordenamiento y mejoramiento de la imagen urbana del municipio
- Elaborar censos periódicos sobre el perfil del turista que visita el municipio
- Señalización turística en carreteras y poblados •

Llevando a cabo estas acciones

1. Evaluar el estado actual de toda la localidad y de los espacios destinados al turismo

2. Visitar los recursos turísticos frecuentemente para actualizar el inventario turístico y dar a conocer los atractivos turísticos en las condiciones actuales

3. Reordenar la vialidad y el transporte

4. Regular el tipo de construcciones

5. Reunión con empresarios turísticos con la finalidad de dar a conocer cada una de las estrategias establecidas en el plan de desarrollo municipal que involucran a las empresas del sector.

6. Hacer un inventario de todos los servicios turísticos en el municipio.
7. Cuestionar a los clientes su grado de satisfacción en cuanto a la calidad del servicio ofertado.
8. Elaborar un perfil del visitante en base al registro de los mismos
9. Promover programas de capacitación permanente, que privilegien la calidad del servicio, dirigidos a personal de primer contacto.
10. Promocionar la oferta turística a través de folletos, carteles y pancartas.
11. Apoyar el desarrollo turístico municipal mediante prácticas alternativas que involucren a la población y a los visitantes
12. Mejorar y conservar los recursos naturales culturales e históricos del municipio acondicionando los recursos para su mayor disfrute, y de igual manera dando mantenimiento a las áreas donde se localizan cada uno de los recursos.
13. Implementar un Programa Permanente para la Cultura de la limpieza, turística, ambiental y para la vialidad, mismo que habrá de concientizar a toda la población e invitar a los visitantes a colaborar para que el municipio se convierta en un municipio más limpios y ordenados

Diseñar estrategias de promoción y difusión que permitan impulsar el turismo municipal
ESTRATEGIAS • Plan de marketing

1. Promover la creación de folletería de calidad que contengan la información básica y completa sobre puntos de interés y su ubicación
2. Instrumentar una página de Internet que ofrezca información fidedigna y confiable sobre la localidad y su oferta de servicios turísticos
3. Utilizar las diferentes redes sociales como una herramienta de promoción permanente.
4. Promover la creación de una guía de que contenga la oferta de servicios turísticos de la localidad (hoteles, restaurantes, puntos de interés, museos, etcétera).
5. Diseño de un mapa turístico

6. Promover la creación de un módulo de información turística y ubicarlo en un punto estratégico y accesible.

Todo plan de desarrollo durante su creación y ejecución requiere e implica la participación de distintos organismos que orienten y aporten elementos que permitan la elaboración y la aplicación de dicho plan.

La administración municipal es la más indicada por sus atribuciones para defender los intereses de la comunidad y como encargada de la planeación municipal.

El representante de la autoridad municipal, forma parte del equipo que habrá de gestionar el Plan de Desarrollo Turístico Municipal, trabajando por el cumplimiento de los objetivos y la ejecución de las acciones previstas. La importancia del municipio como líder en la gestión del plan, es establecer un compromiso que logre la obtención de los recursos económicos y la ejecución de las acciones, evitando que pese a las dificultades estas se pierdan, cuando señalamos la importancia de la responsabilidad del municipio en la gestión del plan, conviene tener en cuenta la diferencia entre participar y comprometerse.

Se debe buscar la participación de todos, comunidad, administración pública y empresarios, en la gestión del plan, el compromiso es del municipio, el Presidente Municipal o la autoridad correspondiente y su equipo debe llevar a un final exitoso el plan.

Inventario de Recursos Turísticos

Nombre del recurso:	MAUSOLEO FRANCO MEXICANO			Número	1
Categoría	Manifestaciones culturales				
Tipo	Arquitectura y espacios urbanos				
Subtipo (si aplica)					
Ubicación	País	México	Estado	Veracruz	
	Municipio	Camarón de Tejeda ver.	Localidad	Camarón de Tejeda	

	Dirección	C. Morelos 6, Camarón de Tejada,	
Fotografía del recurso (indicar autoría)		Uso actual del recurso	
		Propiedad del gobierno	
		Propietario actual del recurso (empresa y/o administrador)	
Imagen 1. Fuente: Propia		Camarón de Tejada ver.	
Descripción del recurso (se rescatan las características del elemento, evento y/o sitio)			
El monumento descansan los restos de la legión extranjera que fallecieron en la Batalla de Camarón ocurrida el 30 de abril de 1863, está hecho con lajas de granito sobre una plancha de concreto y mármol; al fondo se reciben dos emblemas con el Águila Imperial francesa y Águila Republicana con las leyendas: "Hommage aux combattants de Camerone" y "Homenaje a los combatientes de Camarón".			
2.1 Información de infraestructura			
Acceso hacia el recurso (indicar los diferentes medios)			
Terrestre	Aéreo	Marítimo	
(x) Pie	() Avión	() Barco	
(x) Bicicleta	() Avioneta	() Crucero	
(x) Auto particular	() Helicóptero	() Ferry	
(x) Taxi	() Otro: _____	() Yate	

<input checked="" type="checkbox"/> Autobús		<input type="checkbox"/> Lancha
<input type="checkbox"/> Ferrocarril		<input type="checkbox"/> Otro:
<input type="checkbox"/> Otro:		

Rutas de acceso (describir las diferentes rutas de acceso al recurso considerando como punto central el primer cuadro de la cabecera municipal. Se describe tipo de acceso, medio de transporte, tipo de camino (material de edificación) y distancia en tiempo y kilómetros)

Ruta No.	Tipo de acceso	Transporte	Tipo de camino	Tiempo	Km
1	Terrestre	Caminando	Pavimento	7 m i Min	500m
2	Terrestre	Bicicleta	Pavimento	2 Min	500m
3	Terrestre	Auto Particular	Pavimento	2 Min	500m
4	Terrestre	Taxi	Pavimento	2 Min	500m
5	Terrestre	Autobús	Pavimento	5 Min	500m

Infraestructura y equipamiento turístico (indicar los servicios actuales)

<input checked="" type="checkbox"/> Energía eléctrica	<input checked="" type="checkbox"/> Embanquetado
<input checked="" type="checkbox"/> Agua potable	<input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística
<input checked="" type="checkbox"/> Drenaje	<input checked="" type="checkbox"/> Protección civil
<input checked="" type="checkbox"/> Telecomunicaciones	<input checked="" type="checkbox"/> Iluminación artística
<input type="checkbox"/> Alcantarillado	<input checked="" type="checkbox"/> Sanitarios
<input type="checkbox"/> Estacionamiento	<input type="checkbox"/> Servicios para discapacitados

3.- Información para fines turísticos

Tipo de visitante (asignar niveles según la afluencia considerando 4 como alta y 1 como baja afluencia)

<input type="checkbox"/> (1) Extranjero	<input type="checkbox"/> (2) Nacional	<input type="checkbox"/> (2) Estatal	<input type="checkbox"/> (4) Local
Época de mayor afluencia (indicar una opción)			
<input type="checkbox"/> () Todo el año	<input checked="" type="checkbox"/> (x) Por temporada	<input type="checkbox"/> () Fin de semana	<input type="checkbox"/> () Día festivo

Tipo de ingreso <i>(indicar opciones de visita)</i>			
<input type="checkbox"/> Abierto al Público	<input type="checkbox"/> Cuota de acceso	<input checked="" type="checkbox"/> Permiso especial	<input type="checkbox"/> Otro
Servicios turísticos <i>(indicar los servicios actuales en el recurso)</i>			
<input type="checkbox"/> Hospedaje	<input type="checkbox"/> Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/> Transportación	<input type="checkbox"/> Organización de viajes
<input type="checkbox"/> Guías de turistas	<input type="checkbox"/> Operadoras de actividades de naturaleza	<input type="checkbox"/> Consultoría	<input checked="" type="checkbox"/> Educación
		<input type="checkbox"/> Recreación turística	<input type="checkbox"/> Organización y operación de eventos
Tipos y segmentos de turismo <i>(se describen los segmentos de turismo que actualmente son aprovechados según las características del recurso)</i>			
<input type="checkbox"/> Sol y playa	<input checked="" type="checkbox"/> Cultural	<input type="checkbox"/> Negocios	<input type="checkbox"/> Salud
<input type="checkbox"/> Religioso	<input type="checkbox"/> Gastronómico	<input type="checkbox"/> Arqueológico	<input type="checkbox"/> Rural
<input type="checkbox"/> Ecoturismo	<input type="checkbox"/> Aventura	<input type="checkbox"/> Náutico	<input type="checkbox"/> Acuático
	<input type="checkbox"/> Enoturismo	<input type="checkbox"/> LGBT	<input type="checkbox"/> Científico
	<input type="checkbox"/> Cinegético	<input type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Otros: _____
Actividades turísticas desarrolladas <i>(según los tipos de turismo se describen las actividades que actualmente se llevan a cabo)</i>			
<input type="checkbox"/> Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/> Fotografía y grabación de video	<input type="checkbox"/> Actividades de aventura (aire)	<input type="checkbox"/> Actividades de aventura (tierra)
<input type="checkbox"/> Actividades de aventura (agua)	<input checked="" type="checkbox"/> Participante activo en festividades y tradiciones	<input type="checkbox"/> Aprendizaje de dialectos	<input type="checkbox"/> Medicina tradicional
		<input type="checkbox"/> Agroturismo	<input type="checkbox"/> Rituales místicos

<input type="checkbox"/> Recorridos guiados	<input type="checkbox"/> Talleres y cursos
<input type="checkbox"/> Compra de artesanías	<input type="checkbox"/> Programas de educación ambiental
<input type="checkbox"/> Degustación de productos	<input type="checkbox"/> Investigación científica
<input type="checkbox"/> Eventos corporativos	<input type="checkbox"/> Caza deportiva
<input type="checkbox"/> Eventos deportivos	<input type="checkbox"/> Pesca deportiva
<input checked="" type="checkbox"/> Eventos sociales	<input type="checkbox"/> Rutas programadas
<input checked="" type="checkbox"/> Espectador en festividades y tradiciones	<input type="checkbox"/> Otros: _____
4.- Información complementaria	
Fecha de recolección de datos	15/ 03 /2023
Bibliografía consultada (Indicar la bibliografía consultada como fuentes secundarias)	Ayuntamiento de camarón de Tejeda
Anexos	No aplica
Institución encargada de la investigación	Universidad Tecnológica del centro de Veracruz
Nombre completo del investigador	Liliana Tecalco Sarmiento
Firma del investigador	Liliana Tecalco Sarmiento

Tabla.1 Fuente Elaboración Propia.

Nombre del recurso:	Antigua estación del Ferrocarril	Número	2
Categoría	Manifestaciones Culturales		
Tipo	Arquitectura y espacios urbanos		
Subtipo (si aplica)			

Ubicación	País	México	Estado	Veracruz
	Municipio	Camarón de Tejeda	Localidad	Camarón de Tejeda
	Dirección	Allende 18, Camarón de Tejeda		
Fotografía del recurso <i>(indicar autoría)</i>			Uso actual del recurso	
			Atractivo Turístico	
			Propietario actual del recurso <i>(empresa y/o administrador)</i>	
			Ayuntamiento de Camarón de Tejeda	
Descripción del recurso <i>(se rescatan las características del elemento, evento y/o sitio)</i>				
Antigua estación de Ferrocarril, Punto céntrico para algunos eventos que se realizan en el municipio				
2.1 Información de infraestructura				
Acceso hacia el recurso <i>(indicar los diferentes medios)</i>				
Terrestre	Aéreo	Marítimo		

Imagen 2. Fuente: Propia

<input checked="" type="checkbox"/> Pie	<input type="checkbox"/> Avión	<input type="checkbox"/> Barco
<input checked="" type="checkbox"/> Bicicleta	<input type="checkbox"/> Avioneta	<input type="checkbox"/> Crucero
<input checked="" type="checkbox"/> Auto particular	<input type="checkbox"/> Helicóptero	<input type="checkbox"/> Ferry
<input checked="" type="checkbox"/> Taxi	<input type="checkbox"/> Otro: _____	<input type="checkbox"/> Yate
<input checked="" type="checkbox"/> Autobús		<input type="checkbox"/> Lancha
<input type="checkbox"/> Ferrocarril		<input type="checkbox"/> Otro:
<input type="checkbox"/> Otro: _____		

Rutas de acceso (describir las diferentes rutas de acceso al recurso considerando como punto central el primer cuadro de la cabecera municipal. Se describe tipo de acceso, medio de transporte, tipo de camino (material de edificación) y distancia en tiempo y kilómetros)

Ruta No.	Tipo de acceso	Transporte	Tipo de camino	Tiempo	Metros
1	Carretera	Caminando	Pavimento	3 Min	50 m
2	Carretera	Bicicleta	Pavimento	1 Min	50 m
3	Carretera	Auto Particular	Pavimento	1 Min	50 m
4	Carretera	Taxi	Pavimento	1 Min	50 m

Infraestructura y equipamiento turístico (indicar los servicios actuales)

<input checked="" type="checkbox"/> Energía eléctrica	<input checked="" type="checkbox"/> Embanquetado
<input type="checkbox"/> Agua potable	<input type="checkbox"/> Señalización turística
<input type="checkbox"/> Drenaje	<input checked="" type="checkbox"/> Protección civil
<input type="checkbox"/> Telecomunicaciones	<input checked="" type="checkbox"/> Iluminación artística
<input type="checkbox"/> Alcantarillado	<input type="checkbox"/> Sanitarios
<input type="checkbox"/> Estacionamiento	<input type="checkbox"/> Servicios para discapacitados

3.- Información para fines turísticos

Tipo de visitante (asignar niveles según la afluencia considerando 4 como alta y 1 como baja afluencia)

<input type="checkbox"/> (1) Extranjero	<input type="checkbox"/> (2) Nacional	<input type="checkbox"/> (3) Estatal	<input type="checkbox"/> (4) Local
Época de mayor afluencia (<i>indicar una opción</i>)			
<input type="checkbox"/> () Todo el año	<input checked="" type="checkbox"/> (x) Por temporada	<input type="checkbox"/> () Fin de semana	<input type="checkbox"/> () Día festivo
Tipo de ingreso (<i>indicar opciones de visita</i>)			
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Abierto al Público	<input type="checkbox"/> () Cuota de acceso	<input type="checkbox"/> () Permiso especial	<input type="checkbox"/> () Otro
Servicios turísticos (<i>indicar los servicios actuales en el recurso</i>)			
<input type="checkbox"/> () Hospedaje	<input type="checkbox"/> () Operadoras de actividades de naturaleza		
<input type="checkbox"/> () Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/> () Consultoría		
<input type="checkbox"/> () Transportación	<input checked="" type="checkbox"/> (x) Educación		
<input type="checkbox"/> () Organización de viajes	<input type="checkbox"/> () Recreación turística		
<input type="checkbox"/> () Guías de turistas	<input checked="" type="checkbox"/> (x) Organización y operación de eventos		
Tipos y segmentos de turismo (<i>se describen los segmentos de turismo que actualmente son aprovechados según las características del recurso</i>)			
<input type="checkbox"/> () Sol y playa	<input type="checkbox"/> () Aventura		
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Cultural	<input type="checkbox"/> () Náutico		
<input type="checkbox"/> () Negocios	<input type="checkbox"/> () Acuático		
<input type="checkbox"/> () Salud	<input type="checkbox"/> () Enoturismo		
<input type="checkbox"/> () Religioso	<input type="checkbox"/> () LGBT		
<input type="checkbox"/> () Gastronómico	<input type="checkbox"/> () Científico		
<input type="checkbox"/> () Arqueológico	<input type="checkbox"/> () Cinegético		
<input type="checkbox"/> () Rural	<input type="checkbox"/> () Negro		
<input type="checkbox"/> () Ecoturismo	<input type="checkbox"/> () Otros: _____		
Actividades turísticas desarrolladas (<i>según los tipos de turismo se describen las actividades que actualmente se llevan a cabo</i>)			
<input type="checkbox"/> () Observación de flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/> (x) Participante activo en festividades y tradiciones		
<input type="checkbox"/> () Fotografía y grabación de video			

<input type="checkbox"/> Actividades de aventura (aire)	<input type="checkbox"/> Aprendizaje de dialectos
<input type="checkbox"/> Actividades de aventura (tierra)	<input type="checkbox"/> Medicina tradicional
<input type="checkbox"/> Actividades de aventura (agua)	<input type="checkbox"/> Agroturismo
<input type="checkbox"/> Recorridos guiados	<input type="checkbox"/> Rituales místicos
<input type="checkbox"/> Compra de artesanías	<input type="checkbox"/> Talleres y cursos
<input type="checkbox"/> Degustación de productos	<input type="checkbox"/> Programas de educación ambiental
<input checked="" type="checkbox"/> Eventos corporativos	<input type="checkbox"/> Investigación científica
<input checked="" type="checkbox"/> Eventos deportivos	<input type="checkbox"/> Caza deportiva
<input checked="" type="checkbox"/> Eventos sociales	<input type="checkbox"/> Pesca deportiva
<input checked="" type="checkbox"/> Espectador en festividades y tradiciones	<input type="checkbox"/> Rutas programadas
	<input type="checkbox"/> Otros: _____
4.- Información complementaria	
Fecha de recolección de datos	15-04-23
Bibliografía consultada (Indicar la bibliografía consultada como fuentes secundarias)	Ayuntamiento de Camarón de Tejeda
Anexos	No aplica
Institución encargada de la investigación	Ayuntamiento de Camarón de Tejeda
Nombre completo del investigador	Liliana Tecalco Sarmiento
Firma del investigador	Liliana Tecalco Sarmiento

Tabla.2 Fuente Elaboración Propia

Nombre del recurso:	Iglesia de San José	Número	3
Categoría	2. Manifestaciones culturales		
Tipo	Arquitectura y espacios urbanos		

Subtipo <i>(si aplica)</i>				
Ubicación	País	México	Estado	Veracruz
	Municipio	Camarón de Tejeda	Localidad	Camarón de Tejeda
	Dirección			
Fotografía del recurso <i>(indicar autoría)</i>			Uso actual del recurso	
 <p>Imagen 3. Fuente: Propia</p>			Visitas Religiosas	
			Propietario actual del recurso <i>(empresa y/o administrador)</i>	
			Municipio de Camarón de Tejeda	
Descripción del recurso <i>(se rescatan las características del elemento, evento y/o sitio)</i>				
La iglesia de camarón de Tejeda es el principal templo católico del municipio. Fue levantado en la primera mitad del siglo XVII				
2.1 Información de infraestructura				
Acceso hacia el recurso <i>(indicar los diferentes medios)</i>				
Terrestre	Aéreo		Marítimo	

<input checked="" type="checkbox"/> Pie	<input type="checkbox"/> Avión	<input type="checkbox"/> Barco
<input checked="" type="checkbox"/> Bicicleta	<input type="checkbox"/> Avioneta	<input type="checkbox"/> Crucero
<input checked="" type="checkbox"/> Auto particular	<input type="checkbox"/> Helicóptero	<input type="checkbox"/> Ferry
<input checked="" type="checkbox"/> Taxi	<input type="checkbox"/> Otro: _____	<input type="checkbox"/> Yate
<input checked="" type="checkbox"/> Autobús		<input type="checkbox"/> Lancha
<input type="checkbox"/> Ferrocarril		<input type="checkbox"/> Otro:
<input type="checkbox"/> Otro:		

Rutas de acceso (describir las diferentes rutas de acceso al recurso considerando como punto central el primer cuadro de la cabecera municipal. Se describe tipo de acceso, medio de transporte, tipo de camino (material de edificación) y distancia en tiempo y kilómetros)

Ruta No.	Tipo de acceso	Transporte	Tipo de camino	Tiempo	150 m
1	Carretera	Caminando	Pavimento	1 Min	150 m
2	Carretera	Bicicleta	Pavimento	1 Min	150 m
3	Carretera	Auto Particular	Pavimento	1 Min	150 m
4	Carretera	Taxi	Pavimento	1 Min	150 m
5	Carretera	Autobús	Pavimento	1 Min	150 m

Infraestructura y equipamiento turístico (indicar los servicios actuales)

<input checked="" type="checkbox"/> Energía eléctrica	<input checked="" type="checkbox"/> Embanquetado
<input checked="" type="checkbox"/> Agua potable	<input type="checkbox"/> Señalización turística
<input checked="" type="checkbox"/> Drenaje	<input checked="" type="checkbox"/> Protección civil
<input type="checkbox"/> Telecomunicaciones	<input checked="" type="checkbox"/> Iluminación artística
<input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado	<input checked="" type="checkbox"/> Sanitarios
<input type="checkbox"/> Estacionamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Servicios para discapacitados

3.- Información para fines turísticos

Tipo de visitante <i>(asignar niveles según la afluencia considerando 4 como alta y 1 como baja afluencia)</i>			
(1) Extranjero	(1) Nacional	(2) Estatal	(4) Local
Época de mayor afluencia <i>(indicar una opción)</i>			
() Todo el año	(x) Por temporada	(x) Fin de semana	() Día festivo
Tipo de ingreso <i>(indicar opciones de visita)</i>			
(x)Abierto al Público	() Cuota de acceso	() Permiso especial	() Otro
Servicios turísticos <i>(indicar los servicios actuales en el recurso)</i>			
() Hospedaje	() Operadoras de actividades de naturaleza		
() Alimentos y bebidas	() Consultoría		
() Transportación	() Educación		
() Organización de viajes	() Recreación turística		
() Guías de turistas	(x) Organización y operación de eventos		
Tipos y segmentos de turismo <i>(se describen los segmentos de turismo que actualmente son aprovechados según las características del recurso)</i>			
() Sol y playa	() Aventura		
() Cultural	() Náutico		
() Negocios	() Acuático		
() Salud	() Enoturismo		
(x) Religioso	() LGBT		
() Gastronómico	() Científico		
() Arqueológico	() Cinegético		
() Rural	() Negro		
() Ecoturismo	() Otros: _____		
Actividades turísticas desarrolladas <i>(según los tipos de turismo se describen las actividades que actualmente se llevan a cabo)</i>			

<input type="checkbox"/> Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/> Fotografía y grabación de video <input type="checkbox"/> Actividades de aventura (aire) <input type="checkbox"/> Actividades de aventura (tierra) <input type="checkbox"/> Actividades de aventura (agua) <input type="checkbox"/> Recorridos guiados <input type="checkbox"/> Compra de artesanías <input type="checkbox"/> Degustación de productos <input type="checkbox"/> Eventos corporativos <input type="checkbox"/> Eventos deportivos <input type="checkbox"/> Eventos sociales <input type="checkbox"/> Espectador en festividades y tradiciones	<input checked="" type="checkbox"/> Participante activo en festividades y tradiciones <input type="checkbox"/> Aprendizaje de dialectos <input type="checkbox"/> Medicina tradicional <input type="checkbox"/> Agroturismo <input type="checkbox"/> Rituales místicos <input type="checkbox"/> Talleres y cursos <input type="checkbox"/> Programas de educación ambiental <input type="checkbox"/> Investigación científica <input type="checkbox"/> Caza deportiva <input type="checkbox"/> Pesca deportiva <input type="checkbox"/> Rutas programadas <input type="checkbox"/> Otros:
4.- Información complementaria	
Fecha de recolección de datos	03/02/2023
Bibliografía consultada (Indicar la bibliografía consultada como fuentes secundarias)	No aplica
Anexos	No aplica
Institución encargada de la investigación	Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz
Nombre completo del investigador	Equipo Córdoba
Firma del investigador	Equipo Córdoba

Tabla.3 Fuente Elaboración Propia

Nombre del recurso:	Villa Maria	Número	7
----------------------------	-------------	---------------	---

Categoría	Gatronomía			
Tipo				
Subtipo (si aplica)				
Ubicación	País	México	Estado	Veracruz
	Municipio	Camarón de Tejeda	Localidad	Camarón de Tejeda Ver.
	Dirección	Mata de Agua ver.		
Fotografía del recurso (indicar autoría)			Uso actual del recurso	
				
			Propietario actual del recurso (empresa y/o administrador)	
			Desconocido	
Descripción del recurso (se rescatan las características del elemento, evento y/o sitio)				
<p>Esta área natural es un restaurant y un espacio recreativo donde las familias las familias cuentan con un espacio abierto para dar vuelo a sus actividades deportivas, de convivencia familiar como lo es un día de campo, así como disfrutar de unos mariscos entre otros platillos típicos de la región.</p>				
2.1 Información de infraestructura				
Acceso hacia el recurso (indicar los diferentes medios)				
Terrestre	Aéreo		Marítimo	

<input checked="" type="checkbox"/> Pie	<input type="checkbox"/> Avión	<input type="checkbox"/> Barco
<input checked="" type="checkbox"/> Bicicleta	<input type="checkbox"/> Avioneta	<input type="checkbox"/> Crucero
<input checked="" type="checkbox"/> Auto particular	<input type="checkbox"/> Helicóptero	<input type="checkbox"/> Ferry
<input checked="" type="checkbox"/> Taxi	<input type="checkbox"/> Otro: _____	<input type="checkbox"/> Yate
<input checked="" type="checkbox"/> Autobús		<input type="checkbox"/> Lancha
<input type="checkbox"/> Ferrocarril		<input type="checkbox"/> Otro:
<input type="checkbox"/> Otro: _____		

Rutas de acceso (describir las diferentes rutas de acceso al recurso considerando como punto central el primer cuadro de la cabecera municipal. Se describe tipo de acceso, medio de transporte, tipo de camino (material de edificación) y distancia en tiempo y kilómetros)

Ruta No.	Tipo de acceso	Transporte	Tipo de camino	Tiempo	Km
1	Terrestre	Carro particular	Pavimentado	15 min.	14.2 km
2	Terrestre	Motocicleta	Pavimentado	15 min.	14.2 km
3	Terrestre	A pie	Pavimentado	3 horas	14.2 km

Infraestructura y equipamiento turístico (indicar los servicios actuales)

<input checked="" type="checkbox"/> Energía eléctrica	<input checked="" type="checkbox"/> Embanquetado
<input type="checkbox"/> Agua potable	<input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística
<input type="checkbox"/> Drenaje	<input type="checkbox"/> Protección civil
<input type="checkbox"/> Telecomunicaciones	<input checked="" type="checkbox"/> Iluminación artística
<input type="checkbox"/> Alcantarillado	<input checked="" type="checkbox"/> Sanitarios
<input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Servicios para discapacitados

3.- Información para fines turísticos

Tipo de visitante (asignar niveles según la afluencia considerando 4 como alta y 1 como baja afluencia)			
(2) Extranjero	(2) Nacional	(3) Estatal	(4) Local
Época de mayor afluencia (indicar una opción) Vacaciones de Verano			
() Todo el año	() Por temporada. Indicar: _____	(x) Fin de semana	() Día festivo. Indicar: _____
Tipo de ingreso (indicar opciones de visita)			
(x) Abierto al público	() Cuota de acceso	() Permiso especial	() Otro
Servicios turísticos (indicar los servicios actuales en el recurso)			
() Hospedaje (x) Alimentos y bebidas () Transportación () Organización de viajes () Guías de turistas	() Operadoras de actividades de naturaleza () Consultoría () Educación (x) Recreación turística () Organización y operación de eventos		
Tipos y segmentos de turismo (se describen los segmentos de turismo que actualmente son aprovechados según las características del recurso)			
() Sol y playa () Cultural () Negocios () Salud () Religioso () Gastronómico () Arqueológico (x) Rural	() Aventura () Náutico () Acuático () Enoturismo () LGBT () Científico () Cinegético () Negro		

<input type="checkbox"/> Ecoturismo	<input checked="" type="checkbox"/> Otros: _____
Actividades turísticas desarrolladas (según los tipos de turismo se describen las actividades que actualmente se llevan a cabo)	
<input checked="" type="checkbox"/> Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/> Fotografía y grabación de video <input type="checkbox"/> Actividades de aventura (aire) <input type="checkbox"/> Actividades de aventura (tierra) <input type="checkbox"/> Actividades de aventura (agua) <input type="checkbox"/> Recorridos guiados <input checked="" type="checkbox"/> Compra de artesanías <input checked="" type="checkbox"/> Degustación de productos <input type="checkbox"/> Eventos corporativos <input type="checkbox"/> Eventos deportivos <input checked="" type="checkbox"/> Eventos sociales <input checked="" type="checkbox"/> Espectador en festividades y tradiciones	<input type="checkbox"/> Participante activo en festividades y tradiciones <input type="checkbox"/> Aprendizaje de dialectos <input type="checkbox"/> Medicina tradicional <input type="checkbox"/> Agroturismo <input type="checkbox"/> Rituales místicos <input type="checkbox"/> Talleres y cursos <input type="checkbox"/> Programas de educación ambiental <input type="checkbox"/> Investigación científica <input type="checkbox"/> Caza deportiva <input type="checkbox"/> Pesca deportiva <input type="checkbox"/> Rutas programadas <input type="checkbox"/> Otros:
4.- Información complementaria	
Fecha de recolección de datos	03-04-2023
Bibliografía consultada (Indicar la bibliografía consultada como fuentes secundarias)	Ayuntamiento de Camarón de Tejeda
Anexos	No aplica
Institución encargada de la investigación	Ayuntamiento de Camarón de Tejeda
Nombre completo del investigador	Liliana Tecalco Sarmiento
Firma del investigador	Liliana Tecalco Sarmiento

Tabla.4 Fuente Elaboración Propia

