



REPORTE FINAL DE ESTADÍA

Marilu Diaz Colombo

**Creación de catálogo turístico de la región de las Altas
Montañas.**



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

UTP
COORDINACIÓN GENERAL DE INSTITUTOS
TECNOLÓGICOS Y POLITÉCNICOS



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

Creación de catálogo turístico de la región de las Altas
Montañas.

REPORTE FINAL DE ESTADÍA

QUE PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE

Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico

T.S.U. Marilu Díaz Colombo

JEFE DE CARRERA: MTRA. DENISSE HERNÁNDEZ ALMANZA

ASESOR INDUSTRIAL: ING. CLAUDIA HUERTA DEL PILAR

ASESOR ACADÉMICO: NANCY MORALES VALENCIA

Cuitláhuac, Ver.

Abril 2023.

ÍNDICE

RESUMEN	1
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL	3
2.1 Marco contextual	3
Datos geográficos	3
Economía	3
Ubicación	4
Demografía	4
Cultura	4
Turismo	4
Limites políticos	5
2.2 Antecedentes de la empresa	5
Misión	6
Visión	6
Valores	6
Organigrama	7
2.3 Análisis FODA	7
CAPÍTULO III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
3.1 Fenómeno a estudiar	8
3.2 Pregunta de investigación	8
3.3 Hipótesis de la investigación	8
3.4 Objetivos	8
3.5 Justificación del proyecto	9
3.6 Limites y alcances	10
CAPÍTULO IV. MARCO TEÓRICO	11
4.1 Estado del arte	11
4.2 Marco teórico	13
CAPÍTULO V. METODOLOGÍA	30
5.1 Proceso de investigación	30
5.2 Diseño metodológico	30

5.2.1 Enfoque de investigación	30
5.2.2 Tipo de investigación.....	30
5.2.3 Método	31
5.2.4 Técnica y herramientas de investigación.....	31
5.2.5 Descripción del/los instrumento (s).....	31
5.2.6 Diseño del/los instrumento (s)	32
CAPÍTULO VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	33
6.1 Análisis e interpretación de resultados	33
6.2 Conclusiones y recomendaciones	34
6.3 Trabajos futuros	35
Bibliografía	36
Anexos	41

RESUMEN

La región Altas Montañas del Estado de Veracruz es un lugar donde las sierras dan cobijo a Valles llenos de vida. Es ahí donde se encuentra la mayor elevación de México: EL Volcán Pico de Orizaba o Citlaltépetl. Bosques, ríos y cascadas en que el visitante puede disfrutar del ecoturismo, así como ciudades con historia, cultura y entretenimiento que integran una oferta turística muy completa.

Este proyecto tiene como objetivo principal actualizar un catálogo turístico de la región de las Altas Montañas a través de la identificación de atractivos turísticos para promover las ventas en la agencia CH TRAVELS. Lo cual ayudará a los turistas a escoger un destino y poder hacer una buena agenda de viaje, incluso inspira elegir una guía turística y ver aquello más interesante.

Para llevar a cabo este trabajo se inició haciendo búsqueda de municipios aledaños a la agencia CH TRAVELS lo cual se tomaron en cuenta 4 lugares los cuales son: Córdoba, Fortín, Atoyac, Orizaba.

El tipo de investigación fue un estudio de campo en el cuál se realizó una entrevista, como conclusión obtuve buenos resultados los cuales ayudaron a implementar información para el catálogo de Altas Montañas.

Palabras clave:

Catálogo turístico, Altas Montañas, atractivos, turismo de naturaleza, implementación.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La región conocida como “Grandes o Altas Montañas” del estado de Veracruz, México, representa una gran oportunidad para el ecoturismo y el turismo rural, pues en esta región existen diversos pueblos originarios, tanto rurales como indígenas (principalmente de la cultura náhuatl), que resguardan tradiciones y costumbres ancestrales de esta parte del estado, además de que esta actividad representa una alternativa productiva de aprovechamiento indirecto de los recursos naturales y la cultura de esta región.

La región de las Montañas está ubicada en la parte centro-sur del Estado, cuenta con 6,350.85 Km lo que la ubica en la quinta posición en cuanto a extensión territorial. Colinda al norte con la región Capital, al este con la región Sotavento, la oeste con el Estado de Puebla, al sureste con la región del Papaloapan y al sur con el Estado de Oaxaca.

Este proyecto demuestra que la región Altas Montañas cuenta con turismo de naturaleza, aventura y recreación, considerando la riqueza cultural que prevalece. Existen varios atractivos turísticos dentro de la región como son el tobogán de la montaña, palacio de hierro, villas pico, museo Gabilondo Soler entre otros en el municipio de Orizaba, así como también museo tatsugoro, finca 7 lunas, las antenas dentro del municipio de Fortín, mencionando solo algunos de ellos los cuales son sumamente importante para generar turismo y así dar a conocer lo bello que es la región Altas Montañas.

Este trabajo tiene como objetivo actualizar un catálogo turístico de la región de las Altas Montañas a través de la identificación de atractivos turísticos para promover las ventas en la agencia CH TRAVELS, con el fin de generar y dar a conocer los lugares a diferentes tipos de turistas que lleguen a la región.

CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL

2.1 Marco contextual

Datos geográficos

Córdoba se ubica a 860 metros sobre el nivel del mar y goza de un clima Semi cálido; cálido en primavera con temperaturas promedio de 28 °C y lluvias en verano con algunas tormentas que no afectan en absoluto a la ciudad debido a sus desagües naturales. Los otoños son suaves con algunos vientos y no llegan a afectarle seriamente el huracán debido su ubicación al margen de las “Altas Montañas”. El invierno es fresco con una temperatura promedio de 12 °C.

Economía

Córdoba está edificado estratégicamente entre el puerto de Veracruz y la capital del país, y su área de influencia abarca desde Huatusco, hasta Tuxtepec y Tierra Blanca donde confluyen alrededor de 1 millón de habitantes, lo que ha convertido a la ciudad en el núcleo regional comercial. La actividad agroindustrial incluye la avicultura y los cultivos de la caña de azúcar, café, anturio, plátano, mango, frijol, maíz y la palma camedor. La industria cafetalera es una de las más importantes del país. Cuenta con industrias aceiteras y productoras de chocolate. Al igual con empresas de sede nacional e internacional como Sears, Liverpool, Chedraui, Wal-Mart, Bodega Aurrera, Soriana, Suburbia, Sam's club, Vips, Toks, office Depot, The home Depot, Cinopolis, Coppel, Cinemex. Cabe destacar que también se encuentran industrias del plástico, embotelladoras y metalúrgicas. En potrero nuevo existen madereras e ingenios. En el mercado revolución construido en los años 1950 (el mercado más antiguo de todo el estado) donde se comercian carnes, pollo, pescado, frutas, verduras, etc. Entre las actividades económicas más importantes de la ciudad y sus alrededores, es la cosecha y producción de café (CONAGUA, 2021). Durante la pandemia las ventas internacionales de Córdoba en 2020 fueron de us\$126m, las cuales decrecieron un -16.8% respecto al año anterior. Los productos con mayor nivel de ventas internacionales en 2020 fueron azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido (us\$62.7m), café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción (us\$51.7m) y agrios (cítricos) frescos o secos (us\$9.52m). Las compras internacionales de Córdoba en 2020 fueron de us\$59.1m, las cuales crecieron un 78.8% respecto al año anterior. Los productos con mayor nivel de compras internacionales en 2020 fueron café,

incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción (us\$7.13m), neumáticos de goma (us\$2.22m) y maquinaria para trabajar caucho o plásticos o para la fabricación de productos a partir de estos materiales, no especificados en otra parte (us\$1.88m) (México, 2021).

Ubicación

Es importante saber que geográficamente el municipio de Córdoba se localiza en la parte central del estado de Veracruz, la distancia que presenta a la capital del estado es de 90 kilómetros. El mapa general de la República Mexicana señala que dicho municipio se encuentra situado entre las coordenadas geográficas 18° 53' latitud norte y entre 96° 56' longitud oeste. Territorialmente está formado por una extensión total de 139.01 kilómetros cuadrados. Debido a las diferentes elevaciones que se pueden encontrar en dicho lugar, se sitúa a una altura de 860 metros sobre el nivel del mar.

Demografía

Según las cifras más actuales por parte del INEGI, el municipio de Córdoba tiene una población aproximada de 204,721 habitantes, con lo que representa el 2.5% de la población total del Estado de Veracruz, lo que la convierte en la cuarta ciudad más grande y poblada del estado, superada sólo por Veracruz (607,209 habitantes), Xalapa (488,531 habitantes) y Coatzacoalcos (310,698 habitantes).

Cultura

Dentro de su cultura se efectúan algunas fiestas populares que tradicionalmente son celebradas por los pobladores de la región, un gran porcentaje de estas son las mismas que se celebran en todo el país y que forman parte de la tradición mexicana, como son: El Día de Reyes, Día de la Candelaria, Semana Santa, Posadas, La Rama, Día de Muertos, Fiestas patrias, etc. Además de estas fiestas populares, el 24 de agosto se celebra en el municipio el día de "Los Tratados de Córdoba", algunas veces se organiza una feria que tiene una duración de 10 días.

Turismo

Córdoba cuenta con atractivos turísticos, históricos, culturales y paisajísticos. Entre los atractivos turísticos más representativos del municipio se encuentran sitios históricos como: la Ex Hacienda de Nuevo Toxpan, la Catedral de la Inmaculada Concepción, los Portales de Cevallos, el Teatro Pedro Díaz, parques y jardines como: San José, 21 de mayo, Alameda Murillo Vidal, Parque ecológico Paso Coyol.

Limites políticos

Los límites políticos con los que colinda el municipio de Córdoba son:

- Norte, noreste: Ixhuatlán del Café.
- Sur: Coetzala.
- Este: Amatlán de los Reyes y Atoyac.
- Oeste: Fortín de las Flores e Ixtaczoquitlán.

2.2 Antecedentes de la empresa

CH TRAVELS es una empresa orgullosamente Mexicana y Veracruzana, que brindan servicio desde el 10 de noviembre del 2010, tardando 4 años para inaugurar la primera oficina física, con registros en marco legal correspondiente y con personal laborando para comenzar este proyecto, la primera oficina se abrió en Córdoba, calle 15 av. 3 y 5, tardando allí 1 año, después se brindó la oportunidad de cambiarse a un local puerta calle y con más tráfico de personas, calle 10 av. 3 y 5 donde también se estuvo 1 año, en el 2016 se realizó el último cambio donde actualmente está la oficina matriz calle 2 av. 3 y 5.

Al principio el trabajo era poco pero con el paso del tiempo y mediante capacitación constante CH TRAVELS comenzó a abrirse paso en el mercado posicionándose actualmente como una de las mejores agencias de viajes registradas de la zona, teniendo departamentos funcionales y logrando una mejora continua. En el 2017 se abrió la segunda sucursal, CH TRAVELS Xalapa para abarcar el mercado estudiantil y docente más grande del estado, un año después se abrió la Sucursal Virtual de Veracruz, teniendo como clientes potenciales aduana, gobierno y recinto portuario, y en el 2019 se abrió la Sucursal de Playa del Carmen teniendo una puerta al extranjero, brindando servicio personalizado y captando clientes para las altas montañas.

Grandes cambios han pasado desde que la propietaria emprendió este sueño, encontrando en sus limitaciones, pruebas y errores, pero gracias a todo ello se tienen grandes responsabilidades y beneficios hoy en día. Actualmente, la propietaria es reconocida por su nivel de ventas a nivel nacional, teniendo convenio con hoteles, aerolíneas, navieras y demás empresas turísticas mayoristas, siendo invitados a los eventos más importantes del ramo turístico y con el reciente nombramiento como Representante de las Altas Montañas Córdoba ante SECTUR Federal.



Misión

Somos una empresa dedicada a la comercialización de paquetes turísticos a lo largo y ancho de la República Mexicana, con más de nueve años de trayectoria y con más de 1 millón de kilómetros recorridos, logrando con ello tres aspectos fundamentales, calidad en todas nuestras unidades tiempos de servicio insuperable y atención única y personalizada haciendo de ello la mejora continua en CH TRAVELS.

Visión

Ser la empresa líder a nivel regional en ventas comerciales turísticas, desarrollando un modelo económico de competencia y creando con ello el núcleo perfecto para ser general líderes a la altura Great place To work.

Valores

 Puntualidad

 Tolerancia

 Empatía

 Honestidad

 Respeto

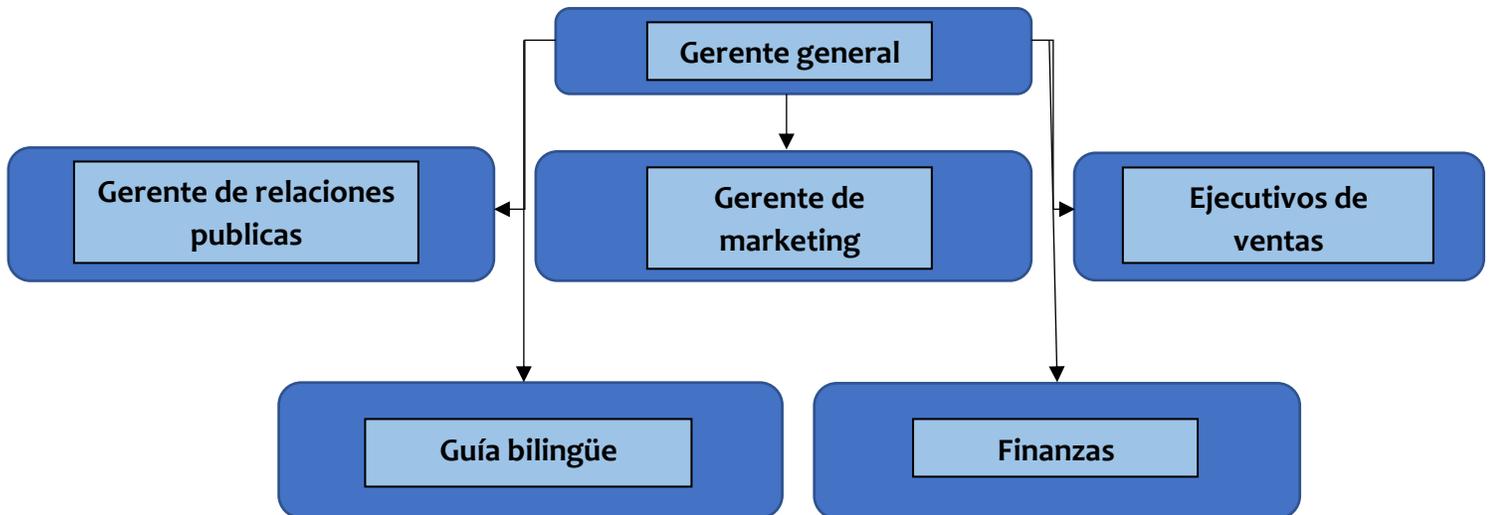
 Amabilidad

 Integridad

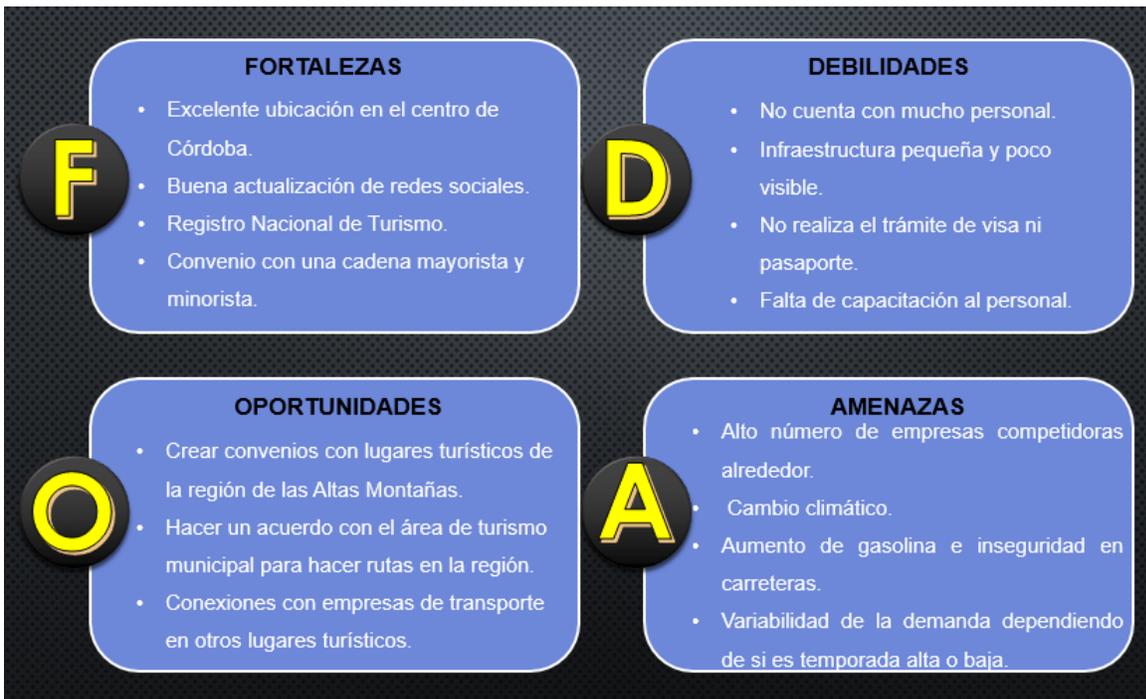
 Confianza

Organigrama

Estructura organizacional de la empresa:



2.3 Análisis FODA



CAPÍTULO III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1 Fenómeno a estudiar

En la región de las Altas Montañas existen muchos lugares turísticos los cuales la mayoría de la gente no conoce aún, los turistas siempre buscan vivir experiencias nuevas, por ello es importante dar a conocer lo que la región de Altas Montañas ofrece, sus atractivos turísticos, sus cualidades, su comida típica, aquello que lo hace único por medio de promoción turística creada por la agencia de viajes CH TRAVELS. Esta promoción turística debe ser atractiva y estar bien definida para lograr atraer a los turistas. La agencia cuenta con un catálogo ya elaborado por algunos de los lugares turísticos de la región pero se debe actualizar ya que se han creado nuevos lugares en diferentes puntos de la región Altas Montañas los cuales tienen un valor de su patrimonio natural, cultural y paisajístico en el cual se pueden realizar diversas actividades de ocio, descanso y recreación, esto ayudará a que la agencia CH TRAVELS se promocioe ante su clientes y tenga ventas de calidad.

3.2 Pregunta de investigación

¿Qué herramienta es posible diseñar para potenciar los productos turísticos que actualmente se ofrecen en CH TRAVELS?

3.3 Hipótesis de la investigación

A través de la actualización de un catálogo de atractivos turísticos se podrá mostrar la oferta actual que promueve CH TRAVELS.

3.4 Objetivos

Actualizar un catálogo turístico de la región de las Altas Montañas a través de la identificación de atractivos turísticos para promover las ventas en la agencia CH TRAVELS.

Objetivos específicos:

1. Identificar demanda potencial de cada lugar.
2. Identificar atractivos naturales y culturales.
3. Registrar infraestructura de cada lugar turístico.

4. Entrevistar personas relacionadas al turismo dentro del municipio para proveer atractivos de la región.

3.5 Justificación del proyecto

El motivo de este catálogo de lugares turísticos de la región de las Altas Montañas es porque se debe actualizar la agencia con los lugares turísticos que se han creado actualmente en la región para así ofrecer calidad y experiencias nuevas, ya que es importante que mediante la promoción turística se le permita al turista conocer los lugares de interés de la región que visitan; pero también, a la gente que lo habita, las costumbres locales, los horarios de comida, qué tipo de platillos son los típicos, tradiciones de la región, entre otros. Esto ayuda a evitar que el turista tenga una falsa concepción del lugar que visita a causa de la falta de información.

Este catálogo beneficiará a la agencia de viajes CH TRAVELS creando productos y servicios turísticos nuevos para dar a conocer los lugares de la región de las Altas Montañas, ya que así promocionará servicios y productos de calidad hacia lugares potencialmente turísticos, así como también se benefician los lugares turísticos que pertenecerán al catálogo dándose a conocer más y teniendo derrama económica a través de los turistas que visiten.

También beneficia los lugares físicamente ya que dando a conocer se debe preservar el patrimonio, los recursos naturales y las tradiciones, ya que crea una imagen favorable para el destino.

A través de este catálogo de lugares se pueden realizar trabajos a futuro, por medio de la agencia creando convenios con los lugares para realizar varios recorridos o rutas turísticas en fines de semana para así utilizar servicios como hospedaje, alimentos entre otros, haciendo de ello que el turista permita admirar paisajes, recordar sitios históricos, disfrutar de zonas montañosas, de actividades deportivas o de aventura, siguiendo un itinerario predeterminado, conectando zonas con diversos atractivos, para quienes están de paseo y deseosos de admirar la naturaleza de los sitios.

Este proyecto ayudará a potencializar y dar a conocer turísticamente la región Altas Montañas mostrando lo bello de cada lugar como principalmente su naturaleza, gastronomía y patrimonios culturales.

3.6 Limites y alcances

Las limitaciones dentro de este catálogo es que el tiempo es limitado para este proyecto y solo se pueden visitar cinco regiones de las Altas Montañas para confirmar lo que ofrecen los lugares turísticos así como también sus atractivos.

En los alcances de este proyecto tendrá un gran impacto para la empresa ayudándola a ser la única agencia que haga productos y servicios en la región de Altas Montañas, aumentando clientes ya que dando a conocer lugares de la región muchos turistas se interesarán por conocer la historia, el lugar y vivir la experiencia. También otro alcance es que tendrá crecimiento turístico la región de Altas Montañas.

CAPÍTULO IV. MARCO TEÓRICO

4.1 Estado del arte

Este capítulo clasifica, organiza y analiza el tema que respalda el contenido de la tesis, las principales temáticas en las que se fundamenta la investigación son: Análisis de los atractivos y recursos turísticos, la promoción de atractivos turísticos para impulsar el desarrollo local, elaboración de un catálogo de atractivos turísticos, entre otros.

Según castellanos Yaneli (2019) al año 2019, investigó a gestión turística, en cuanto a la valoración de atractivos turísticos y su aplicabilidad en el diseño de rutas para capturar turistas potenciales, comprende múltiples dimensiones. En este trabajo partiendo de un estudio de caso se realiza el levantamiento del inventario de atractivos turísticos para analizar la factibilidad de elaborar una Ruta turística para promocionar el Municipio de Itagüí (Antioquia-Colombia) y potencializar la zona con el propósito de su conversión en un destino atractivo para turistas. Para ello, se usa la guía del Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia para la elaboración del inventario turístico y se utiliza la metodología multicriterio de Proceso de Análisis Jerárquico para la descomposición de estructuras complejas en sus componentes más simples y obtener una valoración de atributos de destinos turísticos, tanto cualitativos como cuantitativos, para su valoración y proponer rutas turísticas.

Otros autores como Juan Gabriel Vanegas, Jorge Aníbal Restrepo, Andrea Isabel Arango, Andrea Catalina Henao, Elizabeth Ortiz Mazo hicieron en el 2019 una evaluación multicriterio e inventario de atractivos turísticos partiendo de un estudio de caso realizando levantamiento del inventario de atractivos turísticos para analizar la factibilidad de elaborar una Ruta turística para promocionar el Municipio de Itagüí (Antioquia-Colombia) y potencializar la zona con el propósito de su conversión en un destino atractivo para turistas. Para ello, se usa la guía del Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia para la elaboración del inventario turístico y se utiliza la metodología multicriterio de Proceso de Análisis Jerárquico para la descomposición de estructuras complejas en sus componentes más simples y obtener una valoración de atributos de destinos turísticos, tanto cualitativos como cuantitativos, para su valoración y proponer rutas turísticas.

Shakira Lissett Salazar Mora, Nancy Patricia Tierra, Edison Marcelo Salas Castelo en el año 2020 realizaron un diagnóstico situacional de la comunidad Capirona, parroquia Puerto

Napo, cantón Tena, provincia de Napo, previo a la elaboración del inventario de atractivos turísticos, mismo que se elaboró como parte del Inventario de Atractivos Turísticos de la comunidad. Para el desarrollo del diagnóstico se empleó la Metodología SEMPLADES 2015, el cual permitió conocer las potencialidades, necesidades y precarias condiciones en que viven sus pobladores. Entre los principales problemas resaltan la inexistencia de servicios básicos tales como; agua potable, sistema eléctrico, sistema de alcantarillado, recolección de residuos sólidos entre otros.

Según Gema Viviana Carvajal Zambrano, Frank Ángel Lemoine Quintero en 2018 se hizo un análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente, se analizó los recursos turísticos existentes en la base de datos del departamento de turismo del gobierno de la zona con el fin de identificar y definir el número de las actividades que se elaboran en los mismos, donde el recurso Río Muchacho muestra el 30% de las actividades que se realizan seguido por los recursos Río Canoa y Estuario de Chone que representan el 13% del número de actividades. En la clasificación de los atractivos existente en la zona se procedió a dividirlos por tipos y subtipos, donde los más representativo a nivel de clasificación fueron los sitios naturales con un 63% de representatividad seguido por las manifestaciones culturales que representó un 31%, a nivel de tipos los geomorfológicos representaron un 56% seguido por los espacios urbanos con un 25% del total. Por subtipo, el 50% lo representó los litorales y un 19% los miradores que resultaron los más representativos.

En el año 2021 Mónica Elena Ortiz Liñán y Valente Vázquez Solís desarrollaron el inventario turístico: un instrumento de gestión territorial sustentable del turismo en atractivos naturales del estado de San Luis Potosí, México. En la primera parte se expone un marco teórico conceptual y los antecedentes relativos a las formas en que se ha llevado a cabo la gestión del sector en el estado, enmarcadas por una discontinuidad en la acción pública de las políticas sexenales. Posteriormente, se presenta un detallado inventario de recursos y atractivos turísticos de la entidad, diferenciados por los atributos geográficos que los individualizan, procedimiento apoyado en el análisis de materiales cartográficos y documentales indagados en fuentes oficiales, así como de trabajo de campo en las cuatro regiones de la entidad.

4.2 Marco teórico

En el presente estudio se pretende exponer los términos más relevantes empleados en ésta. Por lo tanto, se desarrollarán los conceptos vinculados con los temas de estrategias de marketing, categorización del inventario, atractivos turísticos y catálogo turístico. Esto permitirá comprender mejor las bases para la actualización del catálogo turístico de la región que este proyecto pretende obtener la creación de buenos productos turísticos en la agencia CH TRAVELS.

Estrategias de marketing

1.1.1 Definición:

Las estrategias de marketing son métodos, planificaciones operativas que trazan y describen procedimientos diseñados para que una empresa pueda lograr objetivos de marketing específicos a corto, mediano o largo plazo. Entre estos, los más habituales suelen relacionarse con promocionar una marca, aumentar el alcance de su comunicación e incrementar sus oportunidades de venta.

Una estrategia de marketing refiere a la serie de acciones a ejecutar, tanto dentro como fuera de una empresa, para comunicar mensajes estratégicos con una determinada finalidad, como llegar a potenciales consumidores y convertirlos en clientes de sus productos y servicios o comunicar ventajas competitivas sobre las empresas con las que rivalizan.

1.1.2 Atractivo turístico

Un atractivo turístico es un sitio de interés para los turistas, el cual destaca por su particularidad cultural, histórica, artística, arquitectónica, natural, recreativa, gastronómica, lingüística, arqueológica o astronómica. A menudo, un destino tiene más de un valor turístico para ofrecer. (CEUPE Magazine, 2021)

1.1.3 Tipos de atractivos turísticos

- Atractivos turísticos naturales: Playas, montañas, desiertos, lagunas, costas, ríos, llanuras, bosques, reservas naturales, parques nacionales, zoológicos, jardines botánicos.

- Atractivos turísticos recreativos: Parques temáticos, parques de diversiones, centros vacacionales, acuarios turísticos, casinos, zonas para acampar, campos deportivos, miradores turísticos y sitios para practicar actividades acuáticas.
- Atractivos turísticos culturales: Museos, bibliotecas, palacios de cultura, monumentos, patrimonios de la humanidad y esculturas.
- Atractivos turísticos gastronómicos: Restaurantes, culturas culinarias, ferias gastronómicas, tours gastronómicos, platillos típicos y escuelas de gastronomía.
- Atractivos turísticos arqueológicos: Yacimientos arqueológicos, asentamientos arqueológicos, santuarios arqueológicos, ruinas arqueológicas y museos arqueológicos.
- Atractivos turísticos históricos: Ferrocarriles patrimoniales, centros históricos, ciudades históricas, museos de historia y lugares donde ocurrieron hechos históricos.
- Atractivos turísticos arquitectónicos: Templos, patrimonios arquitectónicos, pirámides, ciudades antiguas, prisiones antiguas, castillos, torres, rascacielos, puentes, palacios antiguos, y otros tipos de arquitectura (renacentista, del barroco, románica, de la antigua Grecia, gótica, medieval, neoclásica, islámica, del antiguo Egipto, maya, colonial y contemporánea).
- Atractivos turísticos artísticos: Galerías de arte y tiendas de arte.
- Atractivos turísticos lingüísticos: Zonas donde habiten grupos étnicos, destinos donde aún se hablen lenguas antiguas, escuelas de idiomas modernos y lugares que hablen en un idioma diferente al del turista.
- Atractivos turísticos astronómicos: Observatorios astronómicos y lugares para ver el cielo de noche.

1.1.4 Catálogo turístico

Es el catálogo ordenado de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada. Su elaboración implica dos pasos:

- a) registro de información
- b) evaluación de los atractivos turísticos. (DATATUR, 2019)

1.1.5 Cómo crear un catálogo turístico

Lo primero que debes hacer es seleccionar la información que vas a usar pues esto te dará pie a la selección de imágenes. Escribe los textos que consideres necesarios y recuerda incluir los siguientes datos:

- Ubicación del lugar y cómo llegar.
- Principales atractivos: puedes dividirlos por categorías como culturales, deportivos, religiosos, etc. Esto depende del tipo de población que estés describiendo, quizá en el lugar del que estás haciendo el folleto no tiene actividades deportivas pero sí muchos museos por lo que puedes darle prioridad a esto. Analiza las opciones y jerarquiza para presentarlas, no olvides poner costo en las actividades que lo tengan.
- Reseña histórica breve: que sean algunas líneas acerca del destino turístico que permitan al lector conocer un poco del lugar. También puedes incluir algunas tradiciones o festividades representativas.
- Dónde y qué comer: recomendaciones gastronómicas para las personas que nunca han visitado ese lugar así como descripción de los alimentos típicos del lugar.
- Opciones de hospedaje: esto puede ser opcional pero podrías añadir una lista de hoteles.
- Recomendaciones generales: puedes incluir algunas sugerencias de rutas o lugares en específico para visitar así como hablar de la artesanía del lugar si es que la tiene. (Cultura Colectiva , 2023)

1.1.6 Creación de evaluación turística

Desde la última década hasta la actualidad, el turismo es una de las actividades que ha generado un mayor desarrollo socio económico a nivel mundial. El objetivo del presente trabajo de investigación fue elaborar el inventario turístico como base para la evaluación los recursos turísticos en el Distrito de Chirinos, provincia de San Ignacio - Cajamarca – 2017. La población fue los recursos turísticos del Distrito de Chirinos y el muestreo desarrollado fue por conveniencia a objeto de garantizar los objetivos del trabajo propuesto. Se utilizaron los métodos descriptivos, deductivo-inductivo; a través de las técnicas de observación, la fotointerpretación y la recolección directa e indirecta, basándonos en el manual de inventarios propuesto por el Mincetur. El Distrito de Chirinos cuenta con veinticinco (25) recursos turísticos, distribuidos en cinco categorías: Sitios naturales diez (10),

manifestaciones culturales dos (2), folclor nueve (9), realizaciones técnicas, científicas, artísticas y contemporáneas dos (2) y acontecimientos programados dos (2). Según la funcionalidad de los recursos turísticos: recursos que no están en operación, con un nivel de jerarquía 1, 2. Según el análisis FODA que se ha realizado, se concluye que los recursos turísticos serían un gran potencial turístico que puestos en valor contribuirían al desarrollo del distrito. (Zoila Vilela, 2019)

Hoy en día, el desarrollo turístico debe establecer un equilibrio entre los beneficios socioeconómicos y los costes ambientales (Bath, 2012), cuando se busca alcanzar un crecimiento económico sustentable integrando los tres pilares de la sustentabilidad, tal y como lo establece el informe Brutland (ONU, 1987). En consecuencia, la planeación estratégica para el desarrollo de turismo rural debe reconocer e integrar las tradiciones y recursos naturales de la región que le permita antes de iniciar con el desarrollo turístico, determinar la oferta turística correspondiente. Así, en este trabajo se evalúa la oferta turística de los municipios de Atoyac, Cuitláhuac y Yanga (región ACY), Veracruz, México, a través de la creación de un inventario turístico y uno de prestador de servicios que permitan crear una zona común propiciando con esta unión el desarrollo de la región. (Pérez-Hernández, 2018)

Coihueco es una comuna cordillerana en la reciente formada Región de Ñuble, su patrimonio natural se compone por elementos geomorfológicos, hidrográficos y bióticos prominentes, destacando en su patrimonio cultural las tradiciones criollas del campo chileno. Es este patrimonio natural y cultural el que se decide diagnosticar a través de la identificación y evaluación utilizando una adaptación del método OEA-CICATUR para elaborar Inventarios de Atractivos Turísticos. Se busca establecer la potencialidad turística del patrimonio de Coihueco con el objetivo de proponer el desarrollo de un turismo del tipo sostenible en un territorio que al haber cambiado recientemente su adscripción político – administrativa presenta la necesidad de estrategias, planes y programas cada vez más descentralizados y que promuevan el desarrollo económico a la par de la preservación de los recursos disponibles. (Mónica Navarrete Muñoz, 2018)

La situación económica que atraviesan algunos municipios del estado de Tamaulipas es preocupante debido a la falta de proyectos de desarrollo, por ello, se deben crear actividades que contribuyan a mejorar dicha situación, y la implementación de actividades turísticas puede ser una oportunidad para hacerlo. El objetivo de este trabajo fue identificar el potencial turístico del municipio de San Fernando, ubicado dentro de la denominada

Cuenca de Burgos en Tamaulipas. Sitio que se encuentra dentro de los primeros 20 municipios más pobres del estado. Para ello, se elabora un diagnóstico del lugar mediante el levantamiento de inventarios de recursos y necesidades turísticas, con lo cual, se lleva cabo la estimación del índice de potencialidad turística. Los resultados encontrados permiten identificar cuatro lugares (Punta de Piedra, Carvajal, Punta de Alambre, y Carbonera en orden de importancia) con oportunidad para el desarrollo de actividades de turismo rural. Sin embargo, dichas localidades identificadas se encuentran a 33 km aproximadamente de áreas naturales con potencialidad para la explotación de hidrocarburos. Por lo que se deben de establecer políticas públicas que incentiven la responsabilidad social-ambiental de las compañías extractivistas y con ello, preservar los recursos naturales y culturales. Así como elaborar estrategias para mejorar la seguridad pública del lugar. (Rodríguez Flores Luis Oscar, 2019)

El análisis de los planes de desarrollo turístico elaborados por los diferentes países, especialmente europeos y americanos, demuestra que en el transcurso de su proceso evolutivo la orientación de la planificación del turismo por parte del Estado ha ido obedeciendo a distintos requerimientos. Respondiendo, ya sea a necesidades de orden físico, a los efectos de la ordenación del territorio turístico, o bien a consideraciones de política económica, en el deseo de obtener los beneficios que, precisamente en este campo, brinda el desarrollo de esta actividad (Acerenza, 1985). El desarrollo turístico en un espacio rural y natural requiere de un esmerado trabajo de planificación debido a que los recursos que se gestionan son frágiles y vulnerables, porque su conservación es la garantía de permanencia a medio y largo plazo y porque el buen estado de los recursos naturales es el único y máspreciado patrimonio con que cuentan muchas poblaciones rurales (Bernabé y Viñals, 1999 en Diez, 2011). La planificación turística es la piedra angular del desarrollo sostenible del turismo. No es posible pensar el turismo respetuoso del medio ambiente, de la cultura y que genere beneficios económicos a los inversionistas y a las comunidades si este no se desarrolla de manera planificada. La planificación turística es un proceso continuo y flexible. La necesidad de adaptar una metodología propia de planificación turística deriva del hecho que los destinos turísticos en espacios rurales deben hacer frente a importantes retos, e incluso amenazas como la alienación sociocultural de la población local, el endeudamiento de los entes locales, el abandono de los modos tradicionales, la excesiva demanda del monocultivo turístico, el sobredimensionamiento de la oferta de alojamiento, la falta de competitividad de las empresas y la insuficiente rentabilidad (Diez, 2011). El presente trabajo tiene como objetivo presentar una propuesta de un modelo

integrado de planificación turística aplicado en los municipios de la Chinantla Baja. El modelo integrado de planificación turística Acosta (2015) considera los enfoques estratégico, espacial y urbano (Osorio, 2006). En este sentido, se apoya en el enfoque estratégico ya que promueve el control local del desarrollo turístico con el fin de que la población sea la beneficiada, parte de un enfoque de abajo-arriba en el cual se evalúa el sector y es él quien define si se continúa con la política turística, con la estrategia de desarrollo o con los programas de acción. Incorpora el enfoque espacial, urbanístico o físico al incluir aspectos como el análisis de la capacidad de carga y el ordenamiento territorial de los recursos. Contiene el enfoque económico ya que toma en cuenta los componentes del mercado (oferta y demanda) y los sistemas productivos. A partir de reinterpretaciones y adaptaciones relativas a la precisión y operatividad de los modelos teóricos abordados, el modelo desarrollado se ha constituido como una herramienta práctica de gestión turística en la Chinantla. (Acosta Uribe & Barrientos Gutiérrez, 2018)

El patrimonio cultural de un pueblo comprende las realizaciones de los hombres y las mujeres que han construido a lo largo de la historia y que han dejado sitios y objetos arqueológicos, ciudades y pueblos con su arquitectura, plazas, caminos, producciones artísticas, todas estas manifestaciones surgidas del alma popular y del conjunto de valores que dan sentido a la vida. Es el caso de la ciudad de Ibarra, la cual posee un gran patrimonio inmueble en el cual se destacan sus basílicas, iglesias, viviendas antiguas, estructuras civiles, parques, plazas, monumentos y sitios arqueológicos que se ubican en su mayoría en el centro histórico, cada uno con características diferentes y únicas. Su importancia histórica y sus atractivos turísticos naturales dan como resultado el interés para la inclusión de propuestas que ayuden a fomentar el turismo en la ciudad. La presente investigación permitió el cumplimiento de los objetivos planteados. Para la recolección de información se utilizó la observación de campo, la recopilación bibliográfica, la aplicación de encuestas para el estudio de mercado, dirigido a los turistas que visitan la ciudad de Ibarra, además de la aplicación de una entrevista dirigida al coordinador de patrimonio cultural de la ciudad de Ibarra. El resultado preliminar de la investigación arroja que el patrimonio cultural inmueble de la ciudad de Ibarra se alberga en su mayoría en el centro histórico de la misma y está compuesto principalmente por iglesias, parques y monumentos los cuales conservan valores históricos, culturales y simbólicos. En la propuesta final se plantea un catálogo turístico patrimonial, el cual brindará información acerca de los bienes inmuebles que posee la ciudad de Ibarra y además servirá como una guía turística ya que ofrecerá rutas turísticas

con la respectiva información de cada lugar a visitar y además se añadirá información de los servicios turísticos que ofrece la ciudad. (Benavides Erazo, 2021)

Distintos organismos internacionales establecen que el turismo con base en el patrimonio cultural puede constituirse en un instrumento de inclusión y dinamización socioeconómica de un territorio. En este sentido, las áreas rurales como lugar de vida y de producción se ven como nuevos espacios a descubrir a través de sus tradiciones, sus paisajes, su gastronomía, su artesanía y/o su cultura. Sin embargo, para que pueda efectivizarse un proceso de desarrollo local-rural basado en la actividad turística, el primer paso consiste en contar con información previa y, en particular, conocer los recursos/atractivos disponibles. En esta línea, a partir de distintas investigaciones previas sobre turismo y patrimonio realizadas en las aldeas San Antonio, San Juan y Santa Celia, provincia de Entre Ríos (Argentina), se consideró tomar estas localidades como estudio de caso. En ellas predominan descendientes de alemanes provenientes de la región del Volga (Rusia) arribados a fines del siglo XIX, y tienen la particularidad de haber preservado hasta el presente valiosas tradiciones y costumbres. De esta manera, el objetivo del trabajo fue realizar una evaluación del potencial turístico-cultural de dichas aldeas. El trabajo forma parte de un proceso de investigación de tipo exploratorio, en el cual se realizaron consultas de fuentes primarias y secundarias, la elaboración de una ficha relevamiento y de una matriz de evaluación del potencial turístico de las aldeas. Dentro de los principales hallazgos se detectó, que a pesar del valioso patrimonio cultural tanto tangible como intangible existente, no hay un registro oficial de estos bienes. Por lo tanto, disponer de una información integral al respecto, permitiría impulsar acciones, tales como: promover una mayor difusión entre la propia comunidad; gestionar determinada normativa y/o financiamiento que permita preservar sitios relevantes; identificar atractivos que puedan integrarse a una posible oferta turística-cultural, y analizar junto a la comunidad, futuros emprendimientos en base al patrimonio cultural. (Claudia, 2019)

La consideración del paisaje como una herramienta para la planificación del desarrollo turístico es cada vez más común en las zonas rurales de todo el mundo. En este artículo se describe un nuevo método para evaluar el potencial turístico del paisaje en las zonas rurales que aún no se han incorporado al turismo, pero donde se conoce la existencia de un amplio capital natural y cultural. El método se basa en el diseño y uso de indicadores para evaluar la calidad de dos recursos complementarios del potencial turístico: los tipos de paisaje y los atractivos turísticos. La aplicación del método en un municipio del centro de

México permitió determinar el potencial turístico de los tipos de paisaje a partir de su calidad intrínseca, más la consideración de la calidad de los atractivos turísticos que albergan en su interior. Los resultados destacan la importancia de la relación paisaje-turismo, considerada en varias escalas de análisis, como base para la planificación y gestión de proyectos de turismo sostenible. (Méndez-Méndez Alberto, 2018)

La presente investigación tiene como objetivo determinar el potencial turístico del cantón Atahualpa mediante la aplicación de la metodología de jerarquización atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador (MINTUR, 2017) para la obtención del estado actual de los mismos que identifiquen el producto turístico enfocado al desarrollo del turismo local sostenible. La investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, obteniendo resultados válidos que responden al objetivo planteado, para el cumplimiento de este se realizó una investigación in situ para el levantamiento de la información. Atahualpa es uno de los cantones con un importante aporte a la cultura ecuatoriana, totalmente envuelto por una belleza paisajística, permite la planificación y gestión turística con la participación de la localidad, generando un beneficio tanto para la comunidad, como para el ecosistema y los atractivos culturales. Esta investigación se plantea con el propósito de potenciar los atractivos existentes en el cantón Atahualpa para generar un desarrollo turístico local sostenible en el mismo, permitiendo el impulso de la actividad económica, social y turística en el lugar. (GONZÁLEZ, 2020)

El turismo cultural se ha convertido en las últimas décadas en una alternativa a otras tipologías turísticas, puesto que es necesaria una oferta más complementaria. Esta expansión de la cultura como producto turístico ha propiciado la proliferación de rutas e itinerarios turístico-culturales, potenciados por organismos regionales, nacionales e internacionales. Estas realidades turísticas han generado multitud de definiciones por parte de organismos y autores, dando pie a un debate sobre dos conceptos que, aunque comparten similitudes, pueden considerarse diferentes. En la difusión, creación y reconocimiento de rutas e itinerarios juegan un papel fundamental los diferentes gobiernos autonómicos españoles. En este sentido mediante la creación de páginas web oficiales, las Comunidades Autónomas tratan de dar a conocer su cultura y sus productos turísticos. Por un lado, el objetivo de este trabajo es analizar los conceptos de ruta e itinerario turístico cultural, y por otro lado se estudiará la difusión de las rutas turísticas y el tratamiento de los itinerarios por parte de las Comunidades Autónomas en sus portales oficiales. (Calderón Puerta, 2018)

El turismo urbano no está ajeno al carácter dinámico y activo que tiene el turismo a partir de vivir experiencias diferenciadas, para lo cual las ciudades poseen atractivos tangibles e intangibles que la hacen únicas para ello, como es el caso de la ciudad de Matanzas con sus importantes valores urbanísticos y culturales. Es por ello que el presente estudio propone el diseño de una ruta turística para la ciudad de Matanzas, que contribuya al desarrollo del turismo urbano, en especial para el visitante norteamericano. Se utilizó una metodología mixta, teniendo en cuenta un análisis dialéctico materialista además de técnicas con un enfoque cualitativo-cuantitativo como son: la encuesta, las entrevistas y análisis de clúster, entre otras, lo que posibilita la propuesta de rutas turísticas que contribuyan al posicionamiento del destino turístico Matanzas. Como resultados se puede significar la presentación de un procedimiento para la elaboración de rutas turísticas y la identificación de recursos turísticos que enlazados por rutas constituyen un clúster turístico que pueden favorecer al posicionamiento del destino Ciudad de Matanzas en los circuitos nacionales e internacionales. (Yanlis Rodríguez Veiguela, 2021)

El diseño de productos turísticos es una de las competencias más importantes en la formación de personas que se dedicarán a la actividad turística. Por lo tanto, se hace indispensable una formación teórica para conocer cómo diseñar un producto, pero el verdadero aprendizaje se obtiene cuando se lleva a la práctica. Este proyecto nace de la necesidad de crear (dentro de un ambiente de aprendizaje) el diseño de un producto turístico real para crearlo en el país. No se pretende solamente empaquetar productos turísticos, sino que los estudiantes encuentren atractivos y actividades potenciales en sus regiones que fortalezcan la actividad turística. Al ser un programa virtual cuenta con estudiantes de todo el país, entonces el proceso (más que un trabajo académico) puede ser una posible solución para activar diversos destinos. El proceso se construye por medio de un software diseñado por el equipo de trabajo con el Laboratorio de Experiencias de Aprendizaje Inmersivo que le permita al estudiante hacer el inventario turístico, conocer los atractivos, diseñar un producto, empaquetarlo y costearlo; para al final obtener un posible producto turístico que pueda aplicarlo en la vida real en su contexto. Y de esa manera, aportar al progreso de la industria turística en el país. (Francisco, 2021)

1.1.7 Diseño de catálogo turístico

La promoción virtual de cualquier tipo de servicio o producto que se requiera dar a conocer al público y/o clientes, ha representado en los últimos años una herramienta muy importante; por ello, el desarrollo del presente proyecto de investigación, consiste en crear

un catálogo digital de las rutas turísticas visitadas por los estudiantes de la carrera de Ecoturismo, la cual pueda ser de beneficio para estudiantes, turistas y todos quienes visiten el catálogo; este se ha basado en el problema actual que vive el turismo en el país, que es la saturación de las tradicionales rutas turísticas, porque la difusión realizada durante el gobierno anterior de los atractivos iconos del país trajo sobre carga en los mismos. Primero se inició con un diagnóstico situacional de las rutas turísticas existentes y por ende la demanda de turistas del último año de acuerdo a las diferentes épocas o festividades que se celebran en el país; a través de fuentes bibliográficas como Ecuador en cifras, consecuentemente se hizo un registro de todos los atractivos visitados durante la salida académica de cada nivel de la carrera de Turismo; a través de una ficha técnica llenada in situ, fotografías de las giras académicas, para luego realizar una caracterización de los atractivos según la ruta realizada, y finalmente realizar el diseño de cada página del catálogo digital, cargarlo en el programa desarrollado para este fin que es el Flipsnak; de esta manera resultó primordial el registro de todos los atractivos turísticos de acuerdo a las distintas rutas realizadas por cada ciclo, porque se pudo obtener información importante de los atractivos de las tres regiones visitadas , determinando que existen rutas alternativas a las tradicionales y es un aporte a las diversas formas de promoción que tiene el MINTUR; se recomienda, dar seguimiento al presente catálogo digital a través de la actualización de información de los atractivos turísticos que se visitarán posteriormente en otros ciclos para aprovechar de esta manera de las herramientas digitales para promocionarlo. (Valeria, 2019)

El presente trabajo de investigación tiene como problemática la falta de promoción digital de los atractivos y recursos turísticos que posee el cantón Guaranda de la provincia de Bolívar. El objetivo general de este estudio es diseñar un plan de promoción turística digital para Guaranda con la finalidad de que incremente la afluencia de turistas al lugar. El diseño de la investigación es mixta, ya que analizará el contexto actual de los recursos turísticos del cantón y nos permitirá conocer la situación actual del problema. Se usaron las técnicas de encuesta, entrevista y ficha de observación. Según los resultados de las encuestas realizadas a los visitantes del cantón Guaranda, se determinó que no se tiene conocimiento de los recursos naturales y culturales que ofrece Guaranda, y para contribuir al conocimiento de los mismos, se concluyó la factibilidad de la propuesta, la cual consiste en el diseño de un plan de promoción turística digital del cantón Guaranda de la provincia de Bolívar para promocionar través de redes sociales los atractivos que posee este cantón. (Cuji Pazmiño, 2020)

En las zonas rurales del país, se ha tenido deficiencias en el manejo del turismo como información turística desactualizada del territorio y carencia de material informativo turístico oficial. Esta realidad generó un convenio entre el Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales (CONAGOPARE) provincia Pichincha y el Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac para la realización de trabajos de titulación, con los cuales se investigó esta realidad y se propuso soluciones. En este contexto, se desarrolló en la Parroquia Rural Yaruquí una investigación con enfoque cualitativo partiendo de la idea de que la información turística estaba desactualizada y no se contaba con material informativo turístico, luego se revisó la literatura existente, se realizó una inmersión inicial en el campo mediante reuniones con autoridades y visita al terreno. Después de esta validación, se determinó que efectivamente este territorio podía ser la unidad de análisis y beneficiario de una “Propuesta para la elaboración de una guía turística de atractivos turísticos naturales y culturales en formato físico y digital del año 2018 para el GAD Parroquial de Yaruquí Cantón Quito de la Provincia de Pichincha” en la cual se aplicó el relevamiento turístico y TICS a fin de sistematizar de manera adecuada la realidad turística de este territorio rural. La guía turística propuesta Yaruquí 2018 incluyó: presentación del documento, resumen del Ecuador, descripción de la parroquia, indicaciones de cómo llegar, la sistematización por zonas de los recursos y atractivos turísticos del territorio, recomendaciones, información y contactos de interés, prestadores de servicios, créditos. (Gutiérrez, 2019)

La elaboración del presente trabajo tiene como finalidad, diseñar un catálogo de atractivos turísticos naturales para mejorar la actividad turística en el Cantón Espejo Provincia del Carchi; para lo cual fue necesario cumplir los siguientes objetivos: identificar el uso actual y potencial de los atractivos turísticos naturales del cantón Espejo; determinar los mecanismos y estrategias de gestión turística que realizan las autoridades para aprovechar los atractivos naturales que posee; identificar el perfil del turista con características que visita el cantón Espejo con motivos afines al turismo de naturaleza; identificar los diferentes atractivos turísticos naturales del cantón Espejo para posicionarlos en el mercado turístico; diseñar como propuesta alternativa un catálogo de atractivos turísticos naturales para posicionar al cantón Espejo como destino turístico. Este trabajo requirió de la metodología de campo, de carácter exploratoria descriptiva con la utilización de entrevistas aplicadas a las autoridades locales, encuestas dirigidas a la población y turistas, guías de observación y fichas de inventario de atractivos turísticos naturales, lo que permitió obtener como resultados de la investigación: el diseño de un catálogo de atractivos turísticos naturales

que permitirá al turista encontrar información detallada y hacer uso de los diferentes servicios turísticos que se oferta en el Cantón Espejo, lo que permitirá incrementar la afluencia de turistas, generando nuevas fuentes de empleo e ingresos económicos que contribuirán al desarrollo económico de la población local. (Chalacán Cuaical, 2018)

El siguiente trabajo investigativo se enfoca, en el turismo de la ciudad de Quevedo con la finalidad de elaborar un plan de promoción turística. El mismo que tuvo como problema principal el siguiente, ¿De qué manera las promociones turísticas contribuyen en el turismo de la ciudad de Quevedo?; El objetivo principal de esta investigación fue conocer la importancia que tiene un plan de promoción turístico útil y sostenible para la ciudad de Quevedo y sectores aledaños. Se conoce como la ciudad del río, es una zona tradicional que está rodeada de ríos. La promoción turística es tener un buen producto o servicio, con un precio adaptado a la capacidad adquisitiva del mercado objetivo, y distribuido por los canales más adecuados para llegar a los clientes. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos, por eso la importancia de la promoción turística y que los sitios turísticos estén adecuados de acuerdo a las expectativas generadas durante la promoción de los mismos. Este informe, se realizó mediante una búsqueda bibliográfica, relacionada con el turismo de Quevedo. Se aplicó en base a metodología, la cual se detalló sucintamente en el capítulo III; allí se describieron los instrumentos usados, tales como las encuestas, cuyos datos son tabulados en el capítulo IV y ordenados en forma de figuras. En la finalización del proyecto se detallaron las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron de acuerdo a los objetivos y resultados obtenidos. Palabras claves: Promoción Turística, Turismo, Marketing Turístico, Infraestructura Turística, Recursos Turísticos de Quevedo. (PACHECO VILA, 2017)

El presente proyecto de investigación titulado “Inventario turístico en el distrito de Orosi” es una importante herramienta que permitirá y contribuirá con desarrollo del turismo en Orosi. El inventario turístico es de gran importancia debido a que muestra los atractivos, recursos y el potencial turístico que posee un determinado lugar. Mediante este proyecto se analizará el potencial turístico del distrito de Orosi ubicado en el cantón de Paraíso de Cartago, desde una perspectiva de turismo sostenible, para el segundo semestre del 2020 debido a la situación del COVID-19. Dado que este sitio posee el potencial para el crecimiento y desarrollo del turismo. (Moya-Quirós, 2020)

El Inventario Turístico de Monteverde, es un proyecto planteado y ejecutado por el Centro Universitario de Monteverde de la Universidad Estatal a Distancia (UNED). Llevado a cabo,

mediante el Programa de Regionalización Interuniversitaria del Consejo Nacional de Rectores (CONARE). Este proyecto se realizó durante los años 2019 y 2020, entre el segundo y primer semestre respectivamente. Para ejecutar la iniciativa planteada, se adquirió la metodología establecida por el Centro Interamericano de Capacitación Turística para el relevamiento turístico (Metodología CICATUR). El fin primordial del Inventario Turístico de Monteverde, recae en la necesidad de obtener una radiografía turística de la zona, para identificar, documentar, diagnosticar y ordenar categóricamente los elementos turísticos presentes en el destino Turístico de Monteverde. (Instituto Monteverde, 2020)

El objetivo de este estudio fue conocer los emprendimientos, recursos y atractivos del turismo de naturaleza en la región de las Altas Montañas de Veracruz. La unidad de estudio es la región de las Altas Montañas de Veracruz, la cual está compuesta por 57 municipios. La investigación se realizó bajo un enfoque metodológico cualitativo, realizándose las siguientes fases en la investigación: Se diseñó un cuestionario para ser aplicado a informantes clave de la región de Alta Montaña y a servidores públicos de los Municipios para obtener información sobre los emprendimientos, recursos y atractivos del turismo de naturaleza, este cuestionario fue compartido a través de un enlace de Google Docs. En redes sociales y vía correo electrónico, se capturó digitalmente la información obtenida de los cuestionarios para el análisis cartográfico, para lo cual se utilizó el sistema de información geográfica ArcMap versión 10.6.1. Utilizados, se seleccionó una muestra de 20 para verificar que se ubicarán en aquellas ubicaciones previamente guardadas. Parte de los resultados fue la obtención de un censo de emprendimientos y atractivos turísticos que se clasificaron de la siguiente manera: de los primeros, 21 de ecoturismo, 4 de turismo rural, 6 de turismo de aventura, 10 de otra clasificación; de estos últimos, 50 atractivos naturales y 16 culturales. Se concluye que el turismo de naturaleza tiene un gran potencial en la región de Alta Montaña, se percibe ausencia por parte de las autoridades dedicadas a promover y promover el turismo, los emprendimientos encontrados del censo se encuentran en diferentes etapas de desarrollo, se recomienda la creación de redes turísticas entre los interesados municipios para favorecer sus beneficios económicos, y la integración de los actores de la cadena de valor que fortalecen la cultura turística. 21 de ecoturismo, 4 de turismo rural, 6 de turismo de aventura, 10 de otra clasificación; de estos últimos, 50 atractivos naturales y 16 culturales. Se concluye que el turismo de naturaleza tiene un gran potencial en la región de Alta Montaña, se percibe ausencia por parte de las autoridades dedicadas a promover y promover el turismo, los emprendimientos encontrados del censo se encuentran en diferentes etapas de desarrollo, se recomienda la creación de redes

turísticas entre los interesados municipios para favorecer sus beneficios económicos, y la integración de los actores de la cadena de valor que fortalecen la cultura turística. 21 de ecoturismo, 4 de turismo rural, 6 de turismo de aventura, 10 de otra clasificación; de estos últimos, 50 atractivos naturales y 16 culturales. Se concluye que el turismo de naturaleza tiene un gran potencial en la región de Alta Montaña, se percibe ausencia por parte de las autoridades dedicadas a promover y promover el turismo, los emprendimientos encontrados del censo se encuentran en diferentes etapas de desarrollo, se recomienda la creación de redes turísticas entre los interesados municipios para favorecer sus beneficios económicos, y la integración de los actores de la cadena de valor que fortalecen la cultura turística. (Carrillo Vargas, 2019)

En México el turismo de naturaleza ha tenido un gran impulso, y su relevancia radica en ser una actividad de bajo impacto ambiental y de inclusión social. Sin embargo, el cambio climático es un desafío global. Es probable que el cambio climático tenga un gran impacto en los sitios de turismo de naturaleza, afectando su viabilidad y permanencia. El objetivo fue determinar la percepción del cambio climático y las estrategias de adaptación de los actores de los centros de turismo de naturaleza ubicados en la región de las Altas Montañas de Veracruz. En la metodología se fue realizando en tres fases y de acuerdo a cada una de las hipótesis particulares. Se diseñaron tres cuestionarios estructurados y se aplicó en formularios físicos y Google Forms. Se utilizó un muestreo aleatorio simple. Se entrevistaron 43 propietarios de centros de turismo de naturaleza, de 48 centros turísticos identificados en la Región de las Altas Montañas. Los centros de ecoturismo fueron los más frecuentes que los otros dos tipos de turismo. Las empresas de tipo familiar se encontraron con mayor frecuencia. El 72% (31) eran hombres y el 28% (12) eran mujeres. Tenían entre 31 y 60 años. El 77% relacionó el cambio climático con la lluvia, el calor y la contaminación. El 67% considera que el cambio climático es un tema de preocupación y que el 98% de la población debería participar. Los propietarios (41,80%) indicaron acciones proactivas. En conclusión, la investigación demuestra que la Región de la Alta Montaña Veracruzana es una zona de gran riqueza cultural, biodiversidad y paisajes, lo que favorece el desarrollo del turismo de naturaleza, siendo Amatlán de los Reyes el que presenta la mayor cantidad de sitios. Los propietarios de los centros de turismo de naturaleza de la Región de las Altas Montañas del estado de Veracruz, al no tener un claro entendimiento de lo que es el cambio climático y de la magnitud de sus efectos, no les permite implementar estrategias de adaptación al cambio, debido a la confusión de los conceptos entre mitigación y adaptación. En conclusión, la investigación demuestra que la Región de la Alta

Montaña Veracruzana es una zona de gran riqueza cultural, biodiversidad y paisajes, lo que favorece el desarrollo del turismo de naturaleza, siendo Amatlán de los Reyes el que presenta la mayor cantidad de sitios. Los propietarios de los centros de turismo de naturaleza de la Región de las Altas Montañas del estado de Veracruz, al no tener un claro entendimiento de lo que es el cambio climático y de la magnitud de sus efectos, no les permite implementar estrategias de adaptación al cambio, debido a la confusión de los conceptos entre mitigación y adaptación. En conclusión, la investigación demuestra que la Región de la Alta Montaña Veracruzana es una zona de gran riqueza cultural, biodiversidad y paisajes, lo que favorece el desarrollo del turismo de naturaleza, siendo Amatlán de los Reyes el que presenta la mayor cantidad de sitios. Los propietarios de los centros de turismo de naturaleza de la Región de las Altas Montañas del estado de Veracruz, al no tener un claro entendimiento de lo que es el cambio climático y de la magnitud de sus efectos, no les permite implementar estrategias de adaptación al cambio, debido a la confusión de los conceptos entre mitigación y adaptación. (Campos Pulido, 2022)

El objetivo fue conocer los emprendimientos, recursos y atractivos del turismo rural y de naturaleza en la Región de las Grandes Montañas de Veracruz [RGMV]). Se aplicó un cuestionario a servidores públicos municipales y personas conocedoras de la región. También se empleó Google Maps, Google My Maps, Google Earth y el Atlas Turístico de México para conocer y ubicar los sitios. Se verificaron 20% de los sitios personalmente. Fueron identificados 114 emprendimientos, de los cuales 34 son ecoturísticos, 8 de turismo de aventura, 6 de turismo rural; y 66 empresas que brindan servicios turísticos de alimentos, hospedaje y recreación. Se registraron 93 atractivos turísticos, de los cuales 74 son naturales y 19 culturales. Los emprendimientos están en diferentes etapas de desarrollo y se considera que el turismo de naturaleza tiene un gran potencial en la RGMV, aunque existe una limitada participación de las autoridades turísticas. Se sugiere diseñar un plan de desarrollo turístico regional, que incluya productos turísticos y alianzas estratégicas intermunicipales, para favorecer la dinámica económica y la integración de los actores de la cadena de valor que fortalezcan la cultura turística. (Turismo Rural y Turismo de Naturaleza en la Región de las Grandes Montañas de Veracruz, 2021)

La actualización de los inventarios de atractivos turísticos ayudo a generar una oferta turística en beneficio del lugar para que sea conocido por los habitantes sean estos nacionales o extranjeros, por lo que la parroquia de Pilahuin cuenta con dichos atractivos que deben ser inventariados, ya que se ha observado inexistencia de dichas fichas y

escases de visitantes. Para este proyecto se planteó el objetivo de realizar un levantamiento de Información del Inventario Turístico de la Parroquia Pilahuin para la identificación de las condiciones actuales de los mismos mediante la metodología vigente del Ministerio de Turismo de Ecuador. La metodología que se utilizó fue cualitativa y cuantitativa, el tipo de investigación fue explorativa, descriptiva, de campo, bibliográfica. La técnica que se utilizó fue la entrevista cuyo instrumento fue la guía de la entrevista. La población que se aplicó el instrumento fue un total de 5 personas correspondiente a la Junta Parroquial de Pilahuin. Como resultados se obtuvo que la parroquia Pilahuin no cuenta con una actualización de atractivos turísticos, además que los entrevistados desconocen la nueva metodología MINTUR, también que no cuentan con técnico en Turismo que pueda realizar estas actualizaciones en el inventario, tampoco cuentan con apoyo económico por parte del GAD de Ambato. Por lo que se propuso definir los componentes del levantamiento de información de los inventarios turísticos, los mismos que ayudarán a impulsar el conocimiento de la Parroquia Pilahuin y sus alrededores, fomentando el turismo y la economía del mismo. (Gavilánez Gonzáles, 2020)

El Cantón Quevedo se encuentra ubicado en la Provincia de los Ríos, es una urbe económica que se dedica principalmente al comercio, su población, según el Censo del 2010 se ubica por 150.827 Habitantes, su bendecida situación geográfica lo ubica en el centro de unificación de los caminos entre la costa y la sierra centro, esto beneficia y fortalece sus actividades comerciales, sin embargo, en los últimos años el Cantón Quevedo ha buscado generar un enfoque relacionado a las actividades turísticas, el emblema de “Ciudad del Río” es una forma social que compromete los valores turísticos y culturales de la ciudad a un nivel promocional, buscando una independencia de sus atractivos propios y fomentando otras actividades adicionales o paralelas al comercio, agricultura o ganadería. La presente información, producto de la investigación revela una secuencia de eventos que se convergen en una falta de promoción turística y cultural enfocada en el desarrollo comunitario como un motor económico sustentable, sin embargo a la par de esta realidad las autoridades del GAD Municipal de la ciudad de Quevedo establecen promociones de activación a nuevos espacios turísticos en el casco urbano, fomentando la inversión y el desarrollo de los espacios antes mencionados y paralelamente subutilizado los otros espacios de carácter turístico y cultural que posee la ciudad. La promoción del turismo en el Ecuador ha sido potenciada en los últimos años como una ventana de oportunidad hacia un mejor desarrollo de la economía en el país, el cantón Quevedo busca generar una

imagen cultural y turística enmarcada en el desarrollo socioeconómico que fortalezca la economía local de forma sustentable y sostenida en el tiempo. (Lopez Chichande, 2021)

La parroquia de Nanegal se encuentra ubicada al noroccidente del Distrito Metropolitano de Quito, cuenta con diversos atractivos naturales y culturales que servirán de apoyo para desarrollar varias propuestas turísticas que beneficien a sus habitantes. El propósito de este trabajo de investigación fue la actualización y jerarquización del inventario de atractivos turísticos, incluyendo atractivos que no se encontraban inventariados bajo los parámetros de la metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos en Ecuador 2018. Además con los atractivos inventariados y jerarquizados se diseñaron circuitos turísticos que servirán para incluirlos en las rutas turísticas.

CAPÍTULO V. METODOLOGÍA

5.1 Proceso de investigación

Durante el marco teórico se vio que un catálogo de atracciones turísticas es importante para una agencia de viajes ya que sirve para implementar nuevos productos turísticos como rutas o recorridos y realizar promoción turística hacia nuevos lugares dependiendo la potencialidad de cada lugar, ya que representa calidad y nuevas experiencias para sus clientes, enseguida se elaboró un diagnóstico para llevar a cabo los criterios de evaluación para la obtención de información para el catálogo turístico en la agencia CH TRAVELS.

Para llevar a cabo este trabajo se inició haciendo una entrevista a secretarías de turismo de la región así como también a personas relacionadas al turismo dentro del municipio, se inició una búsqueda de los lugares atractivos de las regiones Altas Montañas hasta llegar al punto de buscar los lugares que han creado recientemente esto con el fin de investigar la potencialidad de cada lugar y así poder crear una actualización del catálogo de los atractivos turísticos de la región Altas Montañas.

5.2 Diseño metodológico

5.2.1 Enfoque de investigación

La presente investigación será de enfoque cualitativo y su método será la entrevista ya que es una técnica para la recolección de información y datos, la cual es realizada a partir de una conversación cuyas orientaciones responden a propósitos concretos del estudio. En este caso serán preguntas respecto a los atractivos turísticos de la región Altas Montañas.

5.2.2 Tipo de investigación

El presente proyecto se inclina hacia una investigación de estudio de campo, puesto que se hace el análisis de toda la información respecto a los atractivos turísticos que existen en regiones de Altas Montañas teniendo un buen potencial turístico para así poder rediseñar el catálogo turístico para la empresa CH TRAVELS.

5.2.3 Método

En esta tesis se utiliza el método descriptivo ya que este método se sitúa en el presente. Recoge y tabula los datos para luego analizarlos e interpretarlos de una manera imparcial. La descripción es ampliamente usada a través de la investigación científica y hay pocas limitaciones para su uso.

5.2.4 Técnica y herramientas de investigación

La técnica que se está usando para este proyecto es la entrevista, la cual su guía de entrevista son preguntas y aspectos referentes a cómo ha impactado el turismo en la región junto con su demanda turística de cada atractivo que tiene cada lugar.

5.2.5 Descripción del/los instrumento (s)

Este instrumento de entrevista tiene como característica 7 preguntas las cuáles recabarán información de los atractivos turísticos de la región Altas Montañas que cuentan con una buena demanda turística, después se analizarán los lugares para así incorporarlos al catálogo turístico, se realizará una selección por conveniencia las cuales constarán de cada persona relacionada al turismo dentro del municipio esto con el fin de que el catálogo turístico Altas Montañas sea adaptado a los atractivos más cercanos que cuenta la región.

5.2.6 Diseño del/los instrumento (s)

 <p>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL CENTRO DE VERACRUZ</p>	<h3>ENTREVISTA</h3>	 <p>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL CENTRO DE VERACRUZ</p>
<p>Nombre: _____</p>		
<p>Municipio: _____</p>		
<p>Objetivo:</p>		
<p>Conocer acerca de los lugares turísticos que tiene la región con más demanda turística con el propósito de desarrollar una investigación y crear un catálogo turístico.</p>		
<p>Preguntas:</p>		
<p>1. ¿Cuál es su puesto actualmente?</p>		
<p>2. ¿Cuál es el perfil del turista que llega al municipio?</p>		
<p>3. ¿Cuánto gasta aproximadamente un turista en un día aquí en el municipio?</p>		
<p>4. ¿Cuáles son los atractivos turísticos que tienen más demanda dentro del municipio?</p>		
<p>5. ¿Qué tipo de turismo se desarrolla más en el municipio?</p>		
<p>6. ¿Qué temporada cree usted que hay más turistas dentro del municipio?</p>		
<p>7. ¿Qué proyectos turísticos nuevos tienen a futuro?</p>		
<p>Por lo anterior reitero mi agradecimiento sincero, que tenga un buen día y gracias por su atención.</p>		

CAPÍTULO VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS

6.1 Análisis e interpretación de resultados

De acuerdo a los resultados de las entrevistas, se tomó en cuenta que en la región Altas Montañas la temporada que tiene más turistas es durante las vacaciones de semana de Santa, el tipo de turismo que más se desarrolla es el alternativo ya que este tipo de turismo abarca tres categorías que es el de aventura, ecoturismo y rural. En el municipio de Atoyac su perfil del turista son jóvenes de 25 hasta adultos de 60, en Fortín de las flores son de edad de 30 a 60 años, en Córdoba su perfil son familias al igual que en Orizaba.

En estos municipios lo que se gasta un turista en un día son aproximadamente desde \$2000 hasta \$3000 pesos.

Los resultados de las entrevistas fueron los siguientes:

	Atoyac	Córdoba	Fortín
Puesto actualmente del entrevistado	Directora de turismo	Gerente de agencia de viajes ch travels.	Coordinadora de turismo
Perfil del turista que llega al municipio	Jóvenes de 25 años hasta mayores de 60, con gustos de turismo de naturaleza y aventura.	Familias con poder adquisitivo medio, interesadas por la cultura.	Interesadas por la naturaleza, edad 30 a 60 años y con poder adquisitivo medio.
Gasto aproximado de un turista en el municipio	\$2500.00	\$3000	Entre \$2000 a \$2500
Atractivos turísticos que tienen más demanda	Puente Pensil, cascada, mirador, grutas y túneles.	Museo del café, laguna porvenir, ex	Kiosco de Fortín, museo tatsugoro, cerro san Juan.

		hacienda Toxpan.	
Tipo de turismo que se desarrolla más	Aventura y naturaleza	Cultural	Alternativo
Temporada donde hay más turistas	Fines de semana y vacaciones de semana santa.	Vacaciones de semana santa.	Vacaciones semana santa, verano y navidad.

6.2 Conclusiones y recomendaciones

Podemos concluir con esta investigación que existen diferentes tipos de turismo en la región Altas Montañas las cuales algunos lugares tienen similitudes del turismo que llega a pedir el turista, por ejemplo el turismo de aventura, de naturaleza y de cultura.

El cambio que ha tenido el turismo de ir más allá de lo convencional a lo alternativo, ha traído buenos beneficios, porque por ejemplo, ahora muchos propietarios de lugares rurales reciben buenos resultados por ofrecer su lugar como parte de recreación para turistas e igualmente los turistas tienen una amplia variedad de destinos con diferentes actividades para realizar y de este modo ambos lados se satisfacen. Asimismo, el turismo alternativo busca la preservación de recursos naturales, culturales con el fin de que ellos puedan ser usados de forma razonable, es decir se ejecuten actividades sin deteriorarlos.

La región tiene varios atractivos turísticos así como también cuenta con muchos emprendimientos de los mismos residentes de los municipios una de ellas es rutas del café, es por ello que se realizó este catálogo en la agencia CH TRAVELS para dar a conocer todo lo bello que existe en la región Altas Montañas así como también ayudará a crecer el turismo y a seguir conservando esta hermosa región.

6.3 Trabajos futuros

Este proyecto puede desprenderse hacia otros proyectos dando continuación del mismo.

Algunas recomendaciones de trabajos futuros son:

- Implementar más municipios de la región Altas Montañas.
- Diseñarle un Directorio telefónico de los establecimientos y atractivos que contiene el catálogo.
- Implementar recomendaciones de como visitar y cuidar cada atractivo.

Bibliografía

- Acosta Uribe, B., & Barrientos Gutiérrez, N. E. (2018). *MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN TURÍSTICA: ASPECTOS CLAVE PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO Y REGIONAL EN LA CHINANTLA BAJA*. Obtenido de MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN TURÍSTICA: ASPECTOS CLAVE PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO Y REGIONAL EN LA CHINANTLA BAJA: <http://ru.iiec.unam.mx/4286/>
- Benavides Erazo, D. C. (21 de junio de 2021). *Patrimonio cultural inmueble de la ciudad de Ibarra, para el diseño de un catálogo turístico patrimonial*. Obtenido de Patrimonio cultural inmueble de la ciudad de Ibarra, para el diseño de un catálogo turístico patrimonial: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/11191>
- Briones Alcívar, E. A. (2021). *La promoción de atractivos turísticos para impulsar el desarrollo local en la ruralidad*. Obtenido de La promoción de atractivos turísticos para impulsar el desarrollo local en la ruralidad: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8273819>
- Calderón Puerta, D. M. (2018). La rutas e itinerarios turístico-culturales en los portales oficiales de turismo de las Comunidades Autónomas españolas. *Revista de Estudios Andaluces*, 123-145.
- Campos Pulido, R. (febrero de 2022). *Turismo de naturaleza: percepción al cambio climático y estrategias de adaptación en la región de las altas montañas del estado de Veracruz*. Obtenido de Turismo de naturaleza: percepción al cambio climático y estrategias de adaptación en la región de las altas montañas del estado de Veracruz.: <http://hdl.handle.net/10521/4860>
- Carrillo Vargas, A. I. (mayo de 2019). *Turismo de naturaleza en la región de las Altas Montañas de Veracruz*. Obtenido de Turismo de naturaleza en la región de las Altas Montañas de Veracruz.: <http://colposdigital.colpos.mx:8080/xmlui/handle/10521/4451>
- CARRILLO-VARGAS, A. I., ÁVALOS-DE LA CRUZ, D. A., & JUÁREZ-SÁNCHEZ. (9 de junio de 2021). *Turismo Rural y Turismo de Naturaleza en la Región de las Grandes Montañas de Veracruz*. Obtenido de Turismo Rural y Turismo de Naturaleza en la Región de las Grandes Montañas de Veracruz: <https://www.redalyc.org/journal/4735/473569971003/473569971003.pdf>
- CASTELLANOS GUTIERREZ, Y. (2019). Inventario de recursos patrimoniales y rutas de interior con potencial turístico en Pinos, Zacatecas. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 15-29. Obtenido de Inventario de recursos patrimoniales y rutas de interior con potencial turístico en Pinos, Zacatecas.: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-09342019000900015&script=sci_abstract&tlng=pt
- CEUPE Magazine. (2021). *¿Qué es un Atractivo turístico? Tipos, ejemplos e importancia*. Obtenido de ¿Qué es un Atractivo turístico? Tipos, ejemplos e importancia: <https://www.ceupe.com/blog/atractivo-turistico.html>

- Chalacán Cuaical, J. S. (5 de enero de 2018). *Estudio del potencial turístico de los atractivos naturales del cantón Espejo provincia del Carchi*. Obtenido de Estudio del potencial turístico de los atractivos naturales del cantón Espejo provincia del Carchi: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/7782>
- Claudia, T. (2019). *Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina*. Obtenido de Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina: https://www.pasosonline.org/Publicados/17219/PS219_07.pdf
- CONAGUA. (2021). *Zona Urbana Córdoba Ver*. Obtenido de Zona Urbana Córdoba Ver: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/281325/ZONA_URBANA_CORDOBA__VER..pdf
- Cuchiparte Umajinga, L. V. (marzo de 2017). *Inventario de recursos turísticos de la comunidad Quinticusig, provincia de Cotopaxi*. Obtenido de Inventario de recursos turísticos de la comunidad Quinticusig, provincia de Cotopaxi: <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/4169>
- Cuji Pazmiño, H. T. (5 de marzo de 2020). *Diseño De Un Plan De Promoción Turística Digital Del Cantón Guaranda De La Provincia De Bolívar*. Obtenido de Diseño De Un Plan De Promoción Turística Digital Del Cantón Guaranda De La Provincia De Bolívar: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49931>
- Cultura Colectiva . (2023). *Cultura Colectiva*. Obtenido de Cultura Colectiva: <https://culturacolectiva.com/estilo-de-vida/como-hacer-un-folleto-turistico-paso-a-paso/>
- DATATUR. (2019). *Glosario - Datatur3*. Obtenido de Glosario - Datatur3: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#:~:text=%E2%80%8B%20el%20cat%C3%A1logo%20ordenado,tur%C3%ADstico%20de%20un%20C3%A1rea%20determinada.>
- Francisco, T. M. (13 de abril de 2021). *Software para el diseño de productos turísticos*. Obtenido de Software para el diseño de productos turísticos: <https://journal.poligran.edu.co/index.php/libros/article/view/1948>
- Fuentes Moreno, F. M. (2019). *Actualización y jerarquización del inventario de atractivos turísticos de la parroquia Nanegal, Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha - proyecto de investigación*. Obtenido de Actualización y jerarquización del inventario de atractivos turísticos de la parroquia Nanegal, Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha - proyecto de investigación: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/19076>
- Gavilánez Gonzáles, E. P. (diciembre de 2020). *Actualización del inventario de los atractivos turísticos de la parroquia Pilahuin del cantón Ambato, provincia de Tungurahua*. Obtenido de Actualización del inventario de los atractivos turísticos de la parroquia Pilahuin del cantón Ambato, provincia de Tungurahua: <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/12162>

- Gema Viviana Carvajal Zambrano, F. A. (2018). *Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente*. Obtenido de Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-90362018000100164&script=sci_arttext
- GONZÁLEZ, Z. Z. (2020). Potencial turístico cantón Atahualpa provincia de El Oro., *ESPACIOS*, 18.
- Gutiérrez, L. P. (2019). *Propuesta de una guía turística de atractivos naturales y culturales en formato físico y digital del año 2018 para el GAD parroquial de Yaruquí cantón Quito de la provincia Pichincha*. Obtenido de Propuesta de una guía turística de atractivos naturales y culturales en formato físico y digital del año 2018 para el GAD parroquial de Yaruquí cantón Quito de la provincia Pichincha: https://www.researchgate.net/profile/Tierra-Infinita/publication/360054934_Propuesta_de_una_guia_turistica_de_atractivos_naturales_y_culturales_en_formato_fisico_y_digital_del_ano_2018_para_el_GAD_parroquial_de_Yaruqui_canton_Quito_de_la_provincia_Pichincha
- Instituto Distrital de Turismo. (31 de 12 de 2019). *Inventario Turístico*. Obtenido de Inventario Turístico: <https://www.ideca.gov.co/recursos/mapas/inventario-turistico#:~:text=Registro%20ordenado%20de%20los%20factores,productos%20tur%C3%ADsticos%20en%20una%20regi%C3%B3n>.
- Instituto Monteverde. (2020). *Inventario turístico de Monteverde 2019-2020*. Obtenido de Inventario turístico de Monteverde 2019-2020: https://digitalcommons.usf.edu/community_health/141/
- Juan Gabriel VANEGAS, J. A., & Mazo, E. O. (2019). Evaluación multicriterio e inventario de atractivos turísticos: Estudio de caso. *ESPACIOS*, 25. Obtenido de Evaluación multicriterio e inventario de atractivos turísticos: Estudio de caso: <http://www.revistaespacios.com/a17v38n23/a17v38n23p25.pdf>
- León Guachamin, Y. A. (2021). *Actualización y análisis del inventario de recursos y atractivos turísticos del cantón Daule*. Obtenido de Actualización y análisis del inventario de recursos y atractivos turísticos del cantón Daule: <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/53608>
- Lopez Chichande, A. A. (2021). *Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales para promover el turismo en el cantón Quevedo, año 2020*. Obtenido de Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales para promover el turismo en el cantón Quevedo, año 2020: <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/10154>
- Luke Arrascaita, D. T. (2018). *Elaboración de un catálogo de atractivos turísticos para el Municipio de Irupana*. Obtenido de Elaboración de un catálogo de atractivos turísticos para el Municipio de Irupana: <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/17052>
- Méndez-Méndez Alberto, C. S. (11 de 12 de 2018). *Propuesta metodológica basada en indicadores para la valoración del potencial turístico del paisaje en áreas rurales: el caso del municipio de Atlautla (México)*. Obtenido de Propuesta metodológica basada en indicadores para la valoración del potencial turístico del paisaje en áreas

rurales: el caso del municipio de Atlautla (México):
<https://doi.org/10.6018/turismo.42.15>

México, D. (2021). *Córdoba: Economía, empleo, equidad, calidad de vida...* Obtenido de Córdoba: Economía, empleo, equidad, calidad de vida...:
<https://datamexico.org/es/profile/geo/cordoba-993003>

MINCETUR. (2006). *MANUAL PARA LA FORMULACION DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS A NIVEL NACIONAL*. Obtenido de MANUAL PARA LA FORMULACION DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS A NIVEL NACIONAL:
<https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.5.pdf>

Mónica Elena Ortiz Liñán, V. V. (2021). *El inventario turístico: un instrumento de gestión territorial sustentable del turismo en atractivos naturales del estado de San Luis Potosí, México*. Obtenido de El inventario turístico: un instrumento de gestión territorial sustentable del turismo en atractivos naturales del estado de San Luis Potosí, México:
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/67601354/El_inventario_turistico-libre.pdf?1623461347=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl_inventario_turistico_un_instrumento_d.pdf&Expires=1675379920&Signature=M3dIBtwluJXQPSmpJR8RN9QCdIUZacEhxnOkL

Mónica Navarrete Muñoz, C. L. (2018). *Diagnóstico turístico del patrimonio natural y cultural de Coihueco, Región de Ñuble. Chile*. Obtenido de Diagnóstico turístico del patrimonio natural y cultural de Coihueco, Región de Ñuble. Chile:
<https://revistas.ubiobio.cl/index.php/TYE/article/view/3985>

Montealegre Rojas, W. S. (3 de 10 de 2021). *Estructuración del inventario de atractivos turísticos y culturales del municipio de Acevedo departamento del Huila*. Obtenido de Estructuración del inventario de atractivos turísticos y culturales del municipio de Acevedo departamento del Huila.:
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/42505>

Moya-Quirós, G. S.-P. (2020). *Inventario turístico en el distrito de Orosí*. Obtenido de Inventario turístico en el distrito de Orosí: <https://hdl.handle.net/2238/12462>

PACHECO VILA, O. S. (2017). *INVESTIGACIÓN Y EVALUACIÓN SOBRE LAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, CON EL FIN DE ELABORAR UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS*. Obtenido de INVESTIGACIÓN Y EVALUACIÓN SOBRE LAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, CON EL FIN DE ELABORAR UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS.: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/14733>

Pérez-Hernández, I. (6 de sept de 2018). *EVALUACIÓN TURÍSTICA DE LA REGIÓN ACY: INVENTARIO TURÍSTICO Y DE PRESTADORES DE SERVICIOS*. Obtenido de EVALUACIÓN TURÍSTICA DE LA REGIÓN ACY: INVENTARIO TURÍSTICO Y DE PRESTADORES DE SERVICIOS: <https://doi.org/10.32854/agrop.v11i8.1105>

- Rodríguez Flores Luis Oscar, R. M. (2019). *Evaluación del potencial turístico de una ciudad ubicada en la Cuenca de Burgos, Tamaulipas*. Obtenido de Evaluación del potencial turístico de una ciudad ubicada en la Cuenca de Burgos, Tamaulipas: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746123>
- Shakira Lissett Salazar Mora, N. P. (3 de julio de 2020). *Diagnóstico situacional de la comunidad Capirona, parroquia Puerto Napo, cantón Tena, provincia de Napo, previo a la elaboración del inventario de atractivos turísticos*. Obtenido de Diagnóstico situacional de la comunidad Capirona, parroquia Puerto Napo, cantón Tena, provincia de Napo, previo a la elaboración del inventario de atractivos turísticos: <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/1360>
- Valeria, C. B. (Agosto de 2019). *Catálogo digital de las Rutas Turísticas visitadas por los Estudiantes de la Carrera de Ecoturismo*. Obtenido de Catálogo digital de las Rutas Turísticas visitadas por los Estudiantes de la Carrera de Ecoturismo.: <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/5273>
- Yanlis Rodríguez Veiguela, D. G. (2021). *Diseño de una ruta turística para el destino Matanzas, que contribuya al desarrollo del turismo urbano*. Obtenido de Diseño de una ruta turística para el destino Matanzas, que contribuya al desarrollo del turismo urbano: http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072021000200106
- Zoila Vilela, L. Q. (2019). Inventario turístico como base para la evaluación de los recursos turísticos del distrito de Chirinos, provincia de San Ignacio, Cajamarca – 2017. *Revista científica pakamuros* , vol.7 num.2.

Anexos

Artículo 1°		
Nombre del proyecto:	Autor:	Fecha:
Inventario de recursos patrimoniales y rutas de interior con potencial turístico en Pinos, Zacatecas.	Castellanos Gutiérrez, Yaneli	2019
<p>Breve reseña: Los inventarios de patrimonio son instrumentos de gestión, difusión y protección de los bienes culturales y naturales con los que cuenta un territorio que pueden servir como base para formular políticas concretas. El objetivo fue realizar un inventario de bienes patrimoniales con potencial turístico del municipio de Pinos, Zacatecas como instrumento para el conocimiento y la conservación del patrimonio y la propuesta de rutas turísticas que dinamicen la generación de ingresos económicos a los habitantes del municipio. El estudio se llevó a cabo en 2017 en 28 localidades, para recopilar la información y registrar los bienes se realizaron reuniones con informantes clave, recorridos para el registro fotográfico y documental de los bienes. La clasificación de los bienes patrimoniales se basó en la propuesta del Servicio Nacional de Turismo del Gobierno de Chile (2013); Blanco et al. (2015); Parejo (2013); Navarro (2015) para catalogar bienes y recursos turísticos. Se clasificaron 132 bienes en seis categorías que abarcaron patrimonio cultural y natural clasificándose según su jerarquía como atractivos turísticos. Se aplicaron 67 encuestas en la cabecera municipal y se realizó una regresión logística para determinar los factores de influencia sobre conocimiento, percepción y valoración social de la población sobre los bienes patrimoniales. Se propusieron 12 rutas turísticas que recorren el municipio de Pinos, Zacatecas concluyendo que el nombramiento de pueblo mágico puede ampliarse fuera de la cabecera municipal para traer mayores beneficios económicos a los habitantes de la región. (CASTELLANOS GUTIERREZ, 2019)</p>		

Artículo 2°		
Nombre del proyecto:	Autor:	Fecha:
Evaluación multicriterio e inventario de atractivos turísticos: Estudio de caso	Juan Gabriel Vanegas, Jorge Aníbal Restrepo, Andrea Isabel Arango, Andrea Catalina Henao, Elizabeth Ortiz Mazo.	2019

Breve reseña: La gestión turística, en cuanto a la valoración de atractivos turísticos y su aplicabilidad en el diseño de rutas para capturar turistas potenciales, comprende múltiples dimensiones. En este trabajo partiendo de un estudio de caso se realiza el levantamiento del inventario de atractivos turísticos para analizar la factibilidad de elaborar una Ruta turística para promocionar el Municipio de Itagüí (Antioquia-Colombia) y potencializar la zona con el propósito de su conversión en un destino atractivo para turistas. Para ello, se usa la guía del Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia para la elaboración del inventario turístico y se utiliza la metodología multicriterio de Proceso de Análisis Jerárquico para la descomposición de estructuras complejas en sus componentes más simples y obtener una valoración de atributos de destinos turísticos, tanto cualitativos como cuantitativos, para su valoración y proponer rutas turísticas. Con la realización del inventario turístico en este municipio se clasificaron 27 sitios turísticos en 5 categorías y se plantearon 2 diseños de rutas turísticas. (Juan Gabriel VANEGAS & Mazo, 2019)

Artículo 3°		
Nombre del proyecto:	Autor:	Fecha:
Diagnóstico situacional de la comunidad Capirona, parroquia Puerto Napo, cantón Tena, provincia de Napo, previo a la elaboración del inventario de atractivos turísticos.	Shakira Lissett Salazar Mora, Nancy Patricia Tierra, Edison Marcelo Salas Castelo.	2020
<p>Breve reseña: La elaboración del diagnóstico situacional es el punto de partida para la elaboración de planes y programas tendientes al desarrollo sostenible de un territorio, sin importar donde este se encuentre. Como herramienta de planificación, el diagnóstico situacional se emplea en diversas disciplinas y, como en este caso, para el desarrollo de localidades y comunidades. De la misma forma, en el turismo, como estrategia de desarrollo territorial sostenible, el diagnóstico situacional nos permite tener una visión clara del entorno actual en el cual queremos intervenir. El presente artículo presenta el diagnóstico situacional desarrollado en la comunidad Capirona en la parroquia de Puerto Napo, cantón Tena, provincia de Napo, mismo que se elaboró como parte del Inventario de Atractivos Turísticos de la comunidad. Para el desarrollo del diagnóstico se empleó la Metodología SEMPLADES 2015, el cual permitió conocer</p>		

las potencialidades, necesidades y precarias condiciones en que viven sus pobladores. Entre los principales problemas resaltan la inexistencia de servicios básicos tales como; agua potable, sistema eléctrico, sistema de alcantarillado, recolección de residuos sólidos entre otros. A estos problemas se suman el mal estado de las vías de acceso, desempleo, migración, cacería furtiva y destrucción de bosques por la tala de árboles. Es importante resaltar que la forma principal de subsistencia de los pobladores de la comunidad es la agricultura; 80% para consumo propio y un 20% para comercialización. En este contexto, el desarrollo de otras actividades, como el turismo sostenible, pueden, potencialmente, ayudar a generar recursos necesarios para los habitantes de la comunidad Capirona. Finalmente, el diagnóstico situacional pone de manifiesto la necesidad de atención por parte de las autoridades que permita a los pobladores salir del estancamiento económico, social y ambiental en el cual se encuentran al momento. (Shakira Lissett Salazar Mora, 2020)

Artículo 4°		
Nombre del proyecto:	Autor:	Fecha:
Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente.	Gema Viviana Carvajal Zambrano, Frank Ángel Lemoine Quintero	2018
<p>Breve reseña: La presente investigación tiene como objetivo analizar los atractivos y recursos turísticos del destino de San Vicente con el fin de realizar un diagnóstico y definir el estado actual después del terremoto del 16A. Se analizan los recursos turísticos existentes en la base de datos del departamento de turismo del gobierno de la zona con el fin de identificar y definir el número de las actividades que se elaboran en los mismos, donde el recurso Río Muchacho muestra el 30% de las actividades que se realizan seguido por los recursos Río Canoa y Estuario de Chone que representan el 13% del número de actividades. En la clasificación de los atractivos existente en la zona se procedió a dividirlos por tipos y subtipos, donde los más representativo a nivel de clasificación fueron los sitios naturales con un 63% de representatividad seguido por las manifestaciones culturales que representó un 31%, a nivel de tipos los geomorfológicos representaron un 56% seguido por los espacios urbanos con un 25% del total. Por subtipo, el 50% lo representó los litorales y un 19% los miradores que resultaron los más representativos. Se concluye que los recursos y atractivos clasificados como tipo geomorfológico son los más representativos, donde el 30%</p>		

queda representado en espacios urbanos y solo 10% corresponden estar ubicados en zonas montañosas del cantón. (Gema Viviana Carvajal Zambrano, 2018)

Artículo 5°		
Nombre del proyecto:	Autor:	Fecha:
El inventario turístico: un instrumento de gestión territorial sustentable del turismo en atractivos naturales del estado de San Luis Potosí, México	Mónica Elena Ortiz Liñán, Valente Vázquez Solís	2021
<p>Breve reseña: La presente investigación propone criterios para desarrollar un esquema de gestión territorial con base en la actividad turística del biodiverso estado de San Luis Potosí, entidad federativa localizada en la porción central de la República Mexicana, desde una perspectiva sustentable, a partir de un diagnóstico detallado y minucioso del comportamiento actual para proponer alternativas de diversificación económica para la población local mediante el emprendimiento de proyectos turísticos ambientales. En la primera parte se expone un marco teórico conceptual y los antecedentes relativos a las formas en que se ha llevado a cabo la gestión del sector en el estado, enmarcadas por una discontinuidad en la acción pública de las políticas sexenales. Posteriormente, se presenta un detallado inventario de recursos y atractivos turísticos de la entidad, diferenciados por los atributos geográficos que los individualizan, procedimiento apoyado en el análisis de materiales cartográficos y documentales indagados en fuentes oficiales, así como de trabajo de campo en las cuatro regiones de la entidad. Posteriormente se presenta una clasificación de los atractivos examinados a partir de las cualidades que ofrecen para una toma de decisiones eficiente, finalmente se proponen lineamientos de un modelo de operación para contribuir con la gestión turística del territorio potosino de acuerdo con las características detectadas. (Mónica Elena Ortiz Liñán, 2021)</p>		

Artículo 6°		
Nombre del proyecto:	Autor:	Fecha:
La promoción de atractivos turísticos para impulsar el desarrollo local en la ruralidad.	Briones Alcívar, Erika Alexandra, Morales Intriago, Juan Carlos.	2021

Breve reseña: El turismo es una de las actividades más importantes para impulsar el desarrollo de un pueblo, país o región. La promoción planificada de atractivos turísticos es una actividad fundamental para visibilizar y generar interés en visitantes nacionales e internacionales. El presente trabajo tiene por objetivo identificar los procesos de promoción turística de la ruralidad del cantón Portoviejo, además de caracterizar sus principales y potenciales atractivos turísticos naturales y culturales. La investigación tiene un enfoque cuantitativo no experimental de tipo descriptivo, documental, se realiza un análisis documental sobre los fundamentos teóricos de las variables, la revisión de documentos físicos y digitales en oficinas y portales web de las instituciones públicas responsables del desarrollo turístico local, se entrevista a los presidentes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de las parroquias rurales de Crucita, Chirijos, Pueblo Nuevo, Abdón Calderón, Alhajueta, San Plácido y Rio chico para caracterizar sus atractivos turísticos. Como resultado se exponen diferentes criterios del turismo y su importancia para el desarrollo local, además de identificar los diferentes atractivos turísticos que poseen las parroquias rurales del cantón Portoviejo. Estas acciones permitirán proponer estrategias que visibilicen las bondades rurales y a su vez promuevan un impacto positivo en su economía y el desarrollo local de las parroquias y sus comunidades. (Briones Alcívar, 2021)

Artículo 7°		
Nombre del proyecto:	Autor:	Fecha:
Inventario de recursos turísticos de la comunidad Quinticusig, provincia de Cotopaxi.	Cuchiparte Umajinga, Luis Vinicio	2017
Breve reseña: La comunidad de Quinticusig en un área que carece de información sobre sus atractivos y por ende sobre su potencial turístico, ésta se encuentra a dos horas y media de la ciudad de Latacunga. Debido a esta carencia de información técnica se realizó la validación, registro e inventario de los atractivos naturales y culturales que se pudieron identificar durante las diferentes salidas de campo realizadas; para ello en primer lugar se utilizaron las fichas según la metodología del Ministerio de Turismo del Ecuador que incluyen datos generales de los atractivos así como su categorización de acuerdo a las tablas propuestas por esta misma entidad. En primer lugar, se realizaron conversatorios con los miembros de la comunidad para		

determinar los lugares donde se encontraban atractivos turísticos potenciales. Posteriormente se realizó el trabajo de campo correspondiente para inventariar, categorizar y jerarquizar los atractivos con la finalidad de verificar la información provista por los pobladores; ya que su conocimiento es indispensable para el desarrollo del proyecto. Las mismas que son necesarias para realizar el inventario y categorización siendo la observación directa la principal técnica; lo que permitió obtener como resultado un total de 9 atractivos, siendo 6 naturales y 3 culturales; entre los naturales se encuentran: Paisaje Unavana, Parada del Cóndor, Mirador Natural de Quinticusig, Ojos de Agua, Páramo de mortiño, Sendero de Tigre bajada, Fábrica de Vino Mortiño y entre los culturales se encontraron las fiestas tradicionales y el conocimiento de los pobladores sobre el uso de las plantas principalmente como medicinales. Dentro de la misma metodología se encuentra la jerarquización de atractivos, que se subdivide en 5 categorías; encontrándose todos ellos en categoría 2; lo que significa que tienen potencial turístico y que pueden plantearse alternativas turísticas para su consolidación y desarrollo. De esta manera se puede decir que se deberían realizar propuestas para que se incluyan estos atractivos dentro de rutas que promuevan el desarrollo sostenible de la comunidad con un enfoque turístico para el aprovechamiento, uso y manejo adecuado de los mismos. Su principal recurso es el paisajístico ya que cuenta con una belleza escénica con poca intervención humana. Se puede decir que el encontrar, inventariar y jerarquizar los atractivos fueron de mucha utilidad para motivar al compromiso y trabajo de la comunidad para continuar con los trabajos. Los resultados obtenidos fueron en parte alentadores, ya que se encontraron recursos que tienen el potencial de convertirse en atractivos, sin embargo estos necesitan de estudios más profundos en áreas específicas como la etnobotánica ya que esto contiene un potencial para el aprovechamiento mediante el turismo comunitario; además de realizar un diagnóstico general del turismo que permita determinar el potencial de los atractivos para establecer diferentes alternativas turísticas que se puedan promover en el sector. (Cuchiparte Umajinga, 2017)

Artículo 8°		
Nombre del proyecto:	Autor:	Fecha:

Elaboración de un catálogo de atractivos turísticos para el Municipio de Irupana.	Luke Arrascaita, Dino Ticona Mendoza, Javier Gutierrez Castellón, Ilsen Mariel	2018
<p>Breve reseña: La propuesta de presentar este catálogo de atractivos turísticos para el municipio de Irupana, es principalmente viendo la necesidad de no contar con una información veraz y confiable sobre los distintos atractivos efectivos con los que cuenta el municipio de Irupana. Este catálogo nos permitirá identificar con exactitud, veracidad y claridad cada uno de los atractivos en sus distintas categorías y jerarquías, mismo que contribuirá a la planificación de actividades y modalidades de turismo que se puede desarrollar, así mismo nos ayudará ver la importancia que tienen aquellos para la sociedad actual y para los diferentes mercados de consumo, También permitirá al municipio de Irupana, enfocar acciones necesarias para mejorar las condiciones, encaminar gestiones, planificar de la forma más eficaz y eficiente posible. Métodos empleados: El proceso de la búsqueda de información y construcción del catálogo, tuvo programado una serie de pasos que son: Identificación preliminar de los recursos y atractivos turísticos; Recopilación y revisión de documentos escritos; Control y recorrido de campo; Evaluación, Sistematización, inventarían y clasificación de datos; Construcción del catálogo. Resultados: En el presente proyecto se catalogó diferentes atractivos turísticos naturales y culturales, que se extiende a lo largo del territorio de Irupana. Conclusión: El producto de la investigación realizada en municipio de Irupana, acorde a la metodología de inventariarían de atractivos turísticos, se ha podido encontrar el valor excepcional de los mismos y otros como recurso turístico, así mismo se ha registrado los atractivos turísticos, mismos que contribuirán a la planificación y al desarrollo turístico de las comunidades de la región, tal que aporte al Bien Vivir de las comunidades involucradas. (Luke Arrascaita, 2018)</p>		

Artículo 9°		
Nombre del proyecto:	Autor:	Fecha:
Estructuración del inventario de atractivos turísticos y culturales del municipio de Acevedo departamento del Huila.	Montealegre Rojas, William Sneyder.	2021

Breve reseña: El objetivo de la presente investigación es estructurar el inventario turístico y cultural del municipio de Acevedo, del departamento del Huila, y establecer una base de datos para la promoción e incentivo de las actividades turísticas como alternativa económica para la población rural, y garantizar la sostenibilidad ambiental y del suelo. La investigación es de tipo descriptivo ya que permite abarcar las características, identificando cada uno de los elementos y su correlación, dentro del contexto socio cultural y económico siendo este un factor fundamental para el desarrollo del proyecto. Es de tipo deductivo directo, empleando sobre todo en la lógica y el razonamiento formal, extrayendo de un conjunto finito de premisas comprobadas una conclusión única y verdadera. La técnica utilizada para la recolección de información son las bases de datos, y trabajo de campo (encuestas aplicadas de acuerdo al formato único para la elaboración de inventarios turísticos). Los resultados permitieron identificar los principales sitios turísticos encontrados para el municipio de Acevedo, representados principalmente por fincas agro turísticas complementadas con actividades secundarias y tecnificadas, además de estaderos ecoturísticos como balnearios y senderos, realizando la caracterización de 21 atractivos turísticos establecidos o con potencial, así como la descripción general de los sitios, los servicios ofrecidos, el estado de conservación, la adaptabilidad para personas en condición de discapacidad, medios de acceso, tarifas, medios de publicidad o promoción, entre otros aspectos. En conclusión, se expone el alto potencial del municipio para ser incluido como un destino turístico de gran interés para visitantes nacionales y extranjeros, gracias a su cantidad, calidad y diversidad. (Montealegre Rojas, 2021)

Artículo 10°		
Nombre del proyecto:	Autor:	Fecha:
Actualización y análisis del inventario de recursos y atractivos turísticos del cantón Daule.	León Guachamin, Yarumi Allison Pita Torres, Marjorie Karelys Soto Navarrete, Lady.	2021
Breve reseña: El presente proyecto busca actualizar el inventario de recursos y atractivos turísticos del cantón Daule y presentar un análisis de estos, información necesaria ya que se encontraba desactualizada por mucho tiempo y algunos datos estaban incorrectos, lo que motivó a la realización de esta investigación. Para su elaboración se aplicaron técnicas de observación, entrevistas, encuestas y grupos		

focales, además del uso de herramientas como la Ficha de Atractivos diseñada por el Ministerio de Turismo, la ficha de caracterización de las comunidades y la recolección de información en campo. Producto de las acciones realizadas se obtuvo un listado tanto de recursos como de atractivos turísticos, además de la elaboración de una Guía Turística del cantón en la que se incluyen datos importantes del cantón. Finalmente, se puede destacar que a pesar de que Daule no cuenta con una demanda nacional o internacional consolidada, los recursos y atractivos que existen dentro del cantón le brindan el potencial para avanzar en el sector turístico. (León Guachamin, 2021)

Entrevistas

 **ENTREVISTA** 

Nombre: Claudia Huerta del Pilar
Municipio: Córdoba

Objetivo:
Conocer acerca de los lugares turísticos que tiene la región con más demanda turística con el propósito de desarrollar una investigación y crear un catálogo turístico.

Preguntas:

1. ¿Cuál es su puesto actualmente?
Ejente de Agencia de Viajes CHTRAVELS
2. ¿Cuál es el perfil del turista que llega al municipio?
Por lo regular son familias con Poder adquisitivo medio, Personas interesadas por la cultura.
3. ¿Cuánto gasta aproximadamente un turista en un día aquí en el municipio?
Alrededor de \$3000
4. ¿Cuáles son los atractivos turísticos que tienen más demanda dentro del municipio?
Museo del café, Parque 21 de Mayo, Paso coyol, Laguna del Ponvenir, Ex hacienda Toxpan
5. ¿Qué tipo de turismo se desarrolla más en el municipio?
Turismo cultural
6. ¿Qué temporada cree usted que hay más turistas dentro del municipio?
En vacaciones de Semana Santa.
7. ¿Qué proyectos turísticos nuevos tienen a futuro?
Se apuesta mucho por el turismo rural ya que Córdoba su vocación es zona cafetalera, se impulsará el turismo deportivo, el senderismo, turismo histórico cultural y gastronómico.

Por lo anterior reitero mi agradecimiento sincero, que tenga un buen día y gracias por su atención.

ENTREVISTA

Nombre: Dr. Karen Estévez

Municipio: Atlix

Objetivo:

Conocer acerca de los lugares turísticos que tiene la región con más demanda turística con el propósito de desarrollar una investigación y crear un catálogo turístico.

Preguntas:

1. ¿Cuál es su puesto actualmente?

Directora de Turismo

2. ¿Cuál es el perfil del turista que llega al municipio?

No visitan personas desde jóvenes de 25 años hasta mayores de 60 años con gustos de turismo de naturaleza y aventura.

3. ¿Cuánto gasta aproximadamente un turista en un día aquí en el municipio?

Aproximadamente \$2500

4. ¿Cuáles son los atractivos turísticos que tienen más demanda dentro del municipio?

Puente Pensil, Cascado, mirador, grutas y túneles.

5. ¿Qué tipo de turismo se desarrolla más en el municipio?

Turismo de aventura y naturaleza

6. ¿Qué temporada cree usted que hay más turistas dentro del municipio?

Fines de semana y vacaciones de Semana Santa

7. ¿Qué proyectos turísticos nuevos tienen a futuro?

se desea aumentar el turismo de aventura e impulsar más el cuidado del río.

Por lo anterior reitero mi agradecimiento sincero, que tenga un buen día y gracias por su atención.

ENTREVISTA

Nombre: Miriam Flores
Municipio: Fortín de la Flores

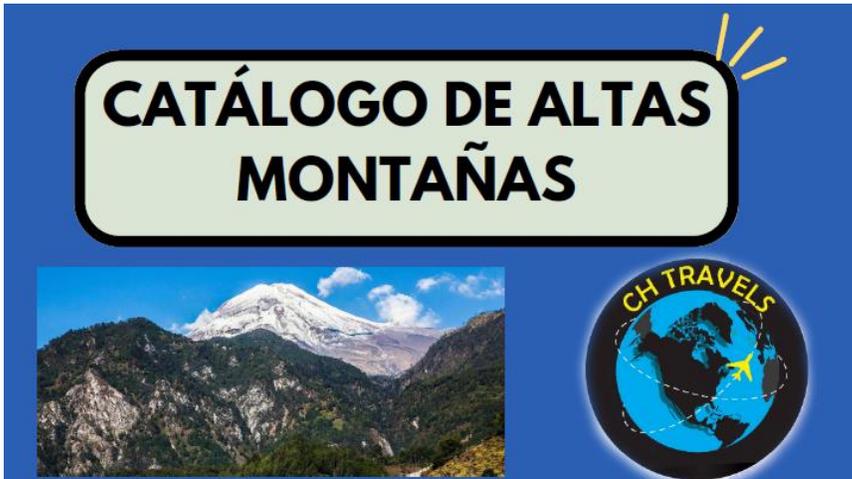
Objetivo:

Conocer acerca de los lugares turísticos que tiene la región con más demanda turística con el propósito de desarrollar una investigación y crear un catálogo turístico.

Preguntas:

1. ¿Cuál es su puesto actualmente?
Coordinadora de turismo
2. ¿Cuál es el perfil del turista que llega al municipio?
Son personas interesadas por el turismo de naturaleza con un poder adquisitivo medio. Edad 30 a 60 años.
3. ¿Cuánto gasta aproximadamente un turista en un día aquí en el municipio?
Entre \$2000 a \$2500
4. ¿Cuáles son los atractivos turísticos que tienen más demanda dentro del municipio?
Kiosco de Fortín, Museo Torcuato bonsái, Barranca del metlac, Cerro San Juan (120 antenas), Parricuro del sagrado corazón
5. ¿Qué tipo de turismo se desarrolla más en el municipio?
Turismo alternativo
6. ¿Qué temporada cree usted que hay más turistas dentro del municipio?
En vacaciones Semana Santa, Verano y en Navidad.
7. ¿Qué proyectos turísticos nuevos tienen a futuro?
Realizar el turismo con los lugares atractivos que tienen comunidades dentro de Fortín como ruta de café y floricultura.

Por lo anterior reitero mi agradecimiento sincero, que tenga un buen día y gracias por su atención.



Nos sentimos sumamente orgullosos de pertenecer a esta bella región rodeada de majestuosos paisajes, de lugares para el descanso en pareja o en familia, donde podremos despertar en una cómoda cabaña con todos los servicios a unos pasos de una de sus autopistas hasta amanecer entre las nubes.



Aquí comienza nuestro recorrido con cabañas, hoteles boutique, actividades al aire libre, actividades extremas y bonitas experiencias.

Todas las actividades están diseñadas, elaboradas y supervisadas siempre por nuestra sucursal de las Altas Montañas, traslados personalizados y guías bilingües que estarán a nuestra disposición.



ORIZABA

Tobogan de la montaña



En él podrás bajar la ladera del cerro de Escamela a 13 km/h, por más de 600 metros de recorrido, es una atracción en la que se recorre un trayecto de más de medio kilómetro por el cual se desciende sobre unos carritos que están anclados a un riel parecido al de una montaña rusa. El visitante determina la velocidad a la que baja, por lo que se puede recorrer tranquilamente o a toda velocidad.



El tobogán de la montaña se encuentra ubicado en Ecoparque Cerro de Escamela, Priv. de Circunvalación, Rafael Alvarado.

Teleférico



Maravíllate con las vistas de Orizaba a 320 metros de altura, en uno de los mejores teleféricos de México. Su recorrido, de 917 metros de longitud, te conducirá hasta el Eco Parque Cerro del Borrego, un sitio repleto de bellezas naturales.



Disfruta de la tranquilidad y del contacto con la naturaleza en este bosque de niebla. Recorre sus senderos, admira el Pico de Orizaba desde uno de sus miradores, arrójate en tirolesa, visita el Museo de Sitio y el Museo Geográfico de Orizaba.

Teleférico de Orizaba se encuentra ubicado en el centro histórico partiendo del puente independencia sobre el río Orizaba hasta la cima del Cerro del borrego.



Palacio de Hierro



Una joya arquitectónica traída desde Bruselas, Bélgica

Diseñado por Gustave Eiffel e inaugurado en 1894. Este palacio, cuya estructura es totalmente desarmable es un ícono sin igual en México.



Tiene un total de 823,222 tornillos, además de un peso de 600 toneladas. Desde sus balcones exteriores, podrás apreciar una vista excepcional del Centro Histórico de Orizaba



Dentro de este edificio, encontrarás 5 museos: Museo del Fútbol, Museo de la Cerveza, Museo Raíces de Orizaba, Museo Interactivo y el Planetario Rodolfo Neri Vela.

Se encuentra ubicado en Madero Norte entre Poniente 2 y Poniente 4, Col. Centro.

Castillo Poliforum Mier y Pesado



Este Castillo de belleza arquitectónica con un estilo ecléctico, estuvo a cargo del Arquitecto Juan Segura y fue construido entre 1936 a 1944 por la Fundación Mier y Pesado.



Doña Isabel Pesado de la Llave de Mier y Celis lo edificó con el propósito de servir como asilo de mujeres en edad avanzada. Su espejo de agua y sus árboles con figuras ornamentales dan muestra de su magnificencia. Este lugar fue declarado "Monumento Artístico Nacional" en febrero de 2014.



Se encuentra ubicado en Avenida Oriente 6 entre Calle Sur 29 y Calle Sur 33, Col. Centro.



Museo Francisco Gabilondo Soler Cri-Cri





Museo que rinde homenaje al famoso cantautor Orizabeño Francisco Gabilondo Soler (1907-1991) a través de diferentes espacios: con figuras de gran tamaño, maquetas basadas en cerca de 70 de sus canciones y una sala audiovisual. Un museo lleno de recuerdos, belleza y amor para todas las generaciones.

Se encuentra ubicado Avenida Oriente 6 entre Calle Sur 29 y Calle Sur 33, Col. Centro. Dentro de Mier y Pesado.

Casa Vegas



Casavegas te ofrece la oportunidad de disfrutar de un gran número de atracciones dentro de un entorno totalmente inspirado en el Medievo.

En el Museo de la Tortura conocerás los instrumentos a los que miles de desdichados fueron sometidos para terminar con su vida.

Maravíllate con el Torneo de Caballería y la variedad de espectáculos que se ofrecerán en el Salón Real y la Abadía.

En el Castillo podrás deleitarte con los sabores de la exquisita gastronomía y en el Arrabal degustar una amplia variedad de bebidas.

No olvides visitar el Pueblo Saudita donde encontrarás hermosas artesanías.



Este complejo medieval alberga otros atractivos como Planetario Orizaba, Parque de los Dinosaurios y Parque de las Sonrisas.

Avenida Cri-Cri, entre Avenida 5 y Avenida 7, Col. Agrícola Moctezuma, C.P. 94345

Expo parque de los Dinosaurios



Villas Pico



En la región Altas Montañas se tiene un bonito hotel de montaña mil estrellas, un hotel y serie de cabañas y glampings para quedarse a esperar un espectáculo natural lleno de hermosura.



Los amaneceres más bonitos son sobre las alturas, a 3,400 metros sobre el nivel del mar es el lugar perfecto.



Para subir y quedarse en este lugar si vienes de playa deberás reposar 24 hrs en la zona centro antes de subir y debes bajar 72 hrs mínimo antes de volar de nuevo, si practicaste buceo los últimos 4 meses no podrás tampoco subir, menores de 12 años y mayores de 60 tienen restringido este lugar debido a la altura y cambio de presión.



Se encuentra ubicado en Predio Loma Panda, 94151. La Perla, Ver.
Villas Pico es el único y el más alto hotel de montaña de toda América del Norte.



Finca Santa Martha



Zona alta rodeada de verde esmeralda y aire puro, donde se puede encontrar un rincón lleno de paz y tranquilidad, Hotel Boutique de Montaña con todos los servicios para la comodidad de sus huéspedes, desde Hospedaje en Cabañas, Tienda de Productos del Campo y Artesanías, Restaurante y un Parador Turístico donde puedes pedir información sobre los destinos de Aventura y Naturaleza en la Sierra de Zongolica.



Se encuentra ubicado en Carretera Perales-Ocotepec Km.0.6, Ocotepec, 95060 Los Reyes, Ver.



**Finca 7 Lunas
"Ruta del Café"**



Finca Orgánica 7 Lunas esta sembrada en su mayor parte de café, es ecológica y demostrativa, tiene frutos y hortalizas, aves de corral y cuenta con que todo lo que ahí se coseche sea orgánico. Ofrece a sus visitantes recorridos por todas sus instalaciones y preparación de alimentos así como hospedaje en sus cabañas de reciente creación.

Ofrece un café de producción agroecológica con todos los procesos desarrollados en su finca. Les da la posibilidad de tener una experiencia vivencial del campo.





Se encuentra ubicado en el kilometro 4.5 camino a Villa Unión, 94470 Fortín de las Flores, Ver.

Museo Tatsugoro



Un paraíso mexicano del bonsái que alberga alrededor de 900 arboles pequeños de 120 especies diferentes. Es el primer jardín Japonés de su tipo en México y Latinoamérica. Conocerás los bonsái más longevos con una edad de hasta 500 años. Además, en este lugar turístico se ofrecen conferencias, talleres y recorridos guiados.



Se encuentra ubicado privada de Huatusco No. 6 Fraccionamiento Fortín Fortín de las Flores, Veracruz a 5 min del Palacio Municipal



Parapente "Las Antenas"



Al llegar a la cima podrás admirar una espectacular vista de la Barranca del Metlac, para los amantes de la adrenalina, este es el lugar perfecto ya que aquí se practica el Vuelo en parapente. También, este lugar turístico es una buena opción para la práctica de bicicleta de montaña.

Se encuentra ubicado en carretera federal Fortín-Orizaba

ATOYAC

Atoyac

Dejando a un lado la comodidad del hospedaje nos iremos a algo más extremo, acamparemos a la orilla del río, en una zona de camping diseñada con seguridad para pasar una aventura en medio de la naturaleza. Nuestros amigos de Atoyac Extremo Guías certificados y conocedores natos de esta zona nos brindarán toda la atención en estos recorridos.



Ruta de Kayak

Actividades a realizar y elegir



Rapel



Senderismo



Grutas



CÓRDOBA

Laguna del Porvenir



En el año 2009 un biólogo visitó la ciudad y localizó este cuerpo de agua que denominó laguna.

Este pequeño paraíso resguardado por los habitantes de El Porvenir cuenta con espacios interactivos, locales a la orilla de la laguna con venta de alimentos así como además de un bonito paseo en las conocidas "trajineras"



Ubicado a solamente 15 minutos del corazón de la ciudad de Córdoba (el centro histórico) se encuentra la comunidad de El Porvenir donde se ubica una hermosa laguna en la que puedes pasar tiempo de calidad en familia y disfrutar de la naturaleza de la zona centro del estado de Veracruz.



Museo del Café



Se fundó el 18 de marzo de 2016

Cuenta con dos salas de exhibición que muestran herramientas para el trabajo del café como: despulpadoras, tostadoras y descascaradores históricos, que van desde algunas piezas inglesas producidas durante la Revolución Industrial, cuenta con una compilación litográfica y fotográfica.

También hay una sala multisensorial, donde los baristas incentivan a los visitantes a un consumo adecuado del café.





Se encuentra ubicado en
la avenida. 3 núm. 305
Centro
CP 94500

Ruta del Ron



Desde un mágico rincón del mundo, en la ciudad de Córdoba, la empresa "Licores Veracruz" tiene 70 años de satisfacer a los paladares más exigentes con la creatividad e innovación que se han convertido en nuestro sello característico. Cada uno de nuestros productos es elaborado como si fuera el único, fieles a nuestro compromiso por realizar bebidas auténticas con los más estrictos estándares de calidad



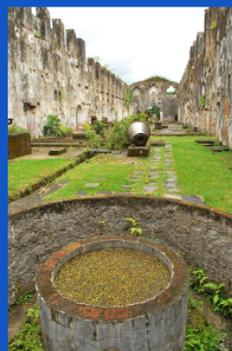
"Licores Veracruz" se encuentra ubicado en Km. 341.5 Carretera Córdoba-Veracruz, Zona Industrial C.P. 94690 Córdoba, Ver.



Ex Hacienda Toxpan



En Toxpan, que es el "Lugar de los conejos", en 1690, apareció en el paisaje cordobés la Hacienda de San Francisco Toxpan, que fue en su momento uno de los primeros ingenios azucareros del país y sin duda tuvo una gran importancia histórica en la entidad, es decir, se trata de un icono de la economía de la región entre los siglos XVII y XIX.



Se encuentra ubicado en Nuevo Toxpan, Nuevo San Francisco, 94510 Córdoba, Ver.



Parque ecológico Paso Coyol



Es considerado uno de los pulmones naturales más importantes del municipio y un parque para adultos, jóvenes, adolescentes, niñas y niños aún muy visitado para realizar actividades recreativas o para descansar, así como disfrutar del color verde de la vegetación y la convivencia familiar.

Árboles frondosos, animales de distintas especies y el aire limpio corriendo por la zona son algunas de las cosas que te esperan en este parque, si lo visitas, asegúrate de llevar algún alimento para las ardillas que sin duda saldrán a saludarte de entre los troncos.





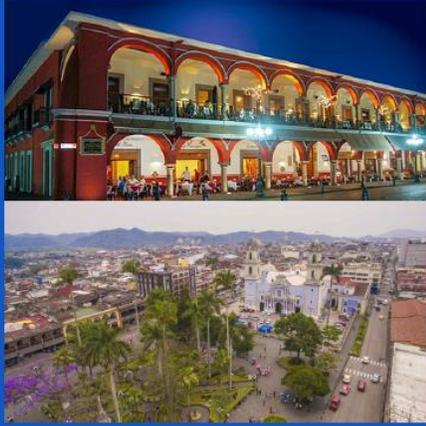
Se encuentra ubicado en
Avenida 21, Alameda,
94580 Córdoba, Ver.



City Tour



CH TRAVELS además de la comercialización de la República mexicana cuenta con un servicio clientes llamado "City Tour" en el centro histórico de la ciudad de Córdoba, en el cual explican toda la historia desde el inicio de la guerra de independencia hasta la firma de los tratados de Córdoba, así como toda la historia que rodea a esta zona de altas montañas, desde Córdoba Veracruz fue capital de este estado así como la firma de los tratados dónde se dio finalidad a la guerra de independencia, dónde Juan O donoju y Agustín de Iturbide sellaron el pacto para hacer de México un país independiente



En este recorrido se brinda la explicación de todo el centro histórico, sus calles aledañas, rincones y barrios que han sido testigos de la historia a través de los años

