

*Gobierno del Estado
Libre y Soberano de Chihuahua*



Registrado como
Artículo
de segunda Clase de
fecha 2 de Noviembre
de 1927

Todas las leyes y demás disposiciones supremas son obligatorias por el sólo hecho de publicarse en este Periódico.

Responsable: La Secretaría General de Gobierno. Se publica los Miércoles y Sábados.

Chihuahua, Chih., miércoles 29 de octubre de 2025.

No. 87

Folleto Anexo

ACUERDO N° 165/2025

**PLAN MAESTRO DE DETONACIÓN
ECONÓMICA Y DESARROLLO
TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE
MADERA EN SUS VERSIONES FÍSICA
Y DIGITAL**

SIN TEXTO

MTRA. MARÍA EUGENIA CAMPOS GALVÁN, Gobernadora Constitucional del Estado Libre y Soberano de Chihuahua, en ejercicio de la facultad que me concede el Artículo 93, Fracción XLI de la Constitución Política del Estado, y con fundamento en los Artículos 1 Fracción VI y 25 Fracción VII de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado, Artículo 50 del Código Municipal para el Estado de Chihuahua, y artículos 5 fracción VII y 6 de la Ley del Periódico Oficial del Estado, he tenido a bien emitir el siguiente:

A C U E R D O 165/2025

ARTÍCULO PRIMERO.- Publíquese en el Periódico Oficial del Estado el Acuerdo tomado por el **Honorable Ayuntamiento del Municipio de Madera, Chihuahua**, en Sesión Ordinaria número once, de fecha once de septiembre del año dos mil veinticinco, mediante el cual se aprobó el **Plan Maestro de Detonación Económica y Desarrollo Turístico del Municipio de Madera, en sus versiones física y digital.**

ARTÍCULO SEGUNDO. - Este Acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Estado.

D A D O en el Palacio del Poder Ejecutivo, en la Ciudad de Chihuahua, Chihuahua, a los veinticinco días del mes de septiembre del año dos mil veinticinco.

Sufragio Efectivo: No Reelección

LA GOBERNADORA CONSTITUCIONAL DEL ESTADO. MTRA. MARÍA EUGENIA CAMPOS GALVÁN. Rúbrica. EL SECRETARIO GENERAL DE GOBIERNO. LIC. SANTIAGO DE LA PEÑA GRAJEDA. Rúbrica.

SUSCRITO MTRO. JOSE ANGEL PEREZ AVITIA, SECRETARIO DEL H. AYUNTAMIENTO DE MADERA, CHIHUAHUA; EN USO DE LAS FACULTADES CONFERIDAS EN LA FRACCION II DEL ARTICULO 63 DEL CODIGO MUNICIPAL PARA EL ESTADO DE CHIHUAHUA HACE CONSTAR Y:

-----**CERTIFICA**-----

QUE EN SESIÓN DE CABILDO ORDINARIA NÚMERO ONCE DEL H. AYUNTAMIENTO DE MADERA CHIHUAHUA, CELEBRADA EL DÍA 11 DE SEPTIEMBRE DEL 2025, SE SOMETIÓ A DISCUSIÓN DE LOS INTEGRANTES DE CABILDO, EL INSTRUMENTO DENOMINADO PLAN MAESTRO DE DETONACIÓN ECONÓMICA Y DESARROLLO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE MADERA, QUEDANDO ASENTADO EL SIGUIENTE ACUERDO:

5.2-ACUERDO DEL PUNTO 4.2: SE APRUEBA EL INSTRUMENTO CON LA DENOMINACIÓN: PLAN MAESTRO DE DETONACIÓN ECONÓMICA Y DESARROLLO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE MADERA, EN SUS VERSIONES FÍSICA Y DIGITAL PARA SU PUBLICACIÓN EN EL PERIÓDICO OFICIAL DEL ESTADO DE CHIHUAHUA CON CATORCE VOTOS A FAVOR POR EL H. CABILDO.

SE EXTIENDE LA PRESENTE CERTIFICACIÓN EN CIUDAD MADERA, CHIHUAHUA; A LOS VEINTIDÓS DÍAS DEL MES DE SEPTIEMBRE DE 2025.

**DOY FE
EL SECRETARIO DEL H. AYUNTAMIENTO**

MTRO. JOSE ANGEL PEREZ AVITIA.



**PRESIDENCIA MUNICIPAL
SECRETARIA
CD. MADERA, CHIH.
ADMINISTRACIÓN 2024-2027**

EL SUSCRITO MTRO. JOSÉ ANGEL PÉREZ AVITIA, SECRETARIO DEL H. AYUNTAMIENTO DE MADERA, CHIHUAHUA; EN USO DE LAS FACULTADES CONFERIDAS EN LA FRACCION II DEL ARTÍCULO 63 DEL CODIGO MUNICIPAL PARA EL ESTADO DE CHIHUAHUA HACE CONSTAR Y:

-----**CERTIFICA**-----

QUE LAS PRESENTES SON COPIAS FIEL SACADAS DE SU ORIGINAL, LAS CUALES FORMAN PARTE DE UN LEGAJOS DE CIENTO TREINTA Y CINCO (135) FOJAS ÚTILES CON TEXTO POR UN SOLO LADO, SE TUVIERON A LA VISTA PARA SU COTEJO SELLE Y RUBRIQUE EN CIUDAD MADERA, A 1 DÍA DEL MES DE JULIO DEL AÑO DOS MIL VEINTICINCO.

**DOY FE
EL SECRETARIO DEL H. AYUNTAMIENTO**

MTRO. JOSÉ ANGEL PÉREZ AVITIA



**SECRETARÍA MUNICIPAL
CD. MADERA, CHIH.
ADMINISTRACIÓN 2024 - 2027**



Plan Maestro de Detonación Económica y de Desarrollo Turístico del Municipio de Madera



Indicé

Plan Maestro de Detonación Económica y Desarrollo Turístico del Municipio de Madera

Capítulo 1: Turismo en el Estado-----	
Capítulo 2: Alineación con otros planes, programas y documentos-----	
Capítulo 3: Desarrollo sustentable de turismo en el Municipio de Madera-----	
Principios de desarrollo sustentable-----	
Conceptos relacionados al turismo sustentable-----	
La capacidad de carga turística-----	
La calidad del espacio turístico-----	
Turismo y entorno natural-----	
El Ecoturismo-----	
Turismo sustentable en el Municipio-----	
Capítulo 4: Papel del Municipio de Madera-----	
Turismo, Municipio y Comunidad-----	
Responsabilidad del Municipio-----	
Participación Social-----	
Turismo, Economía y Municipio-----	
Planeación Municipal-----	
Capítulo 5: Plan de desarrollo turístico del Municipio-----	
Misión, visión, objetivos generales, ejes de acción-----	
Diagnostico-----	
Elaboración de estrategia-----	
El Municipio y los productos turísticos-----	
Líneas en conformación de productos turísticos dentro del Municipio de Madera-----	
Comercialización como destino turístico del Municipio de Madera-----	
Canales de comercialización y el sector privado-----	
Como vender a Madera como destino turístico-----	
Marca turística-----	
Oficinas de información turística-----	
Señalización turística-----	
Campañas de concientización-----	
Capítulo 6: Plan de actividades del Municipio de Madera.....	
Capítulo 7: Gestión turística del Municipio de Madera-----	
Seguimiento y control-----	
Coordinación-----	
Participación comunitaria-----	
Apoyo al sector empresarial-----	
Sistema de información turística-----	
Formación y capacitación-----	
Control-Gestión de calidad-----	
Planeación y Elaboración de proyectos de infraestructura turística-----	
Supervisión de proyectos y productos turísticos tanto públicos como privados-----	
Financiamiento-----	
Anexos-----	

Capítulo 1

Turismo en el Estado de Chihuahua

El turismo en Chihuahua es una de las principales actividades económicas en el estado, ya que cuenta con una mezcla de turismo de aventura, cultural, arqueológico, Chihuahua ofrece un territorio amplio que va desde paisajes impresionantes en la sierra, como sitios arqueológicos y una gran herencia cultural, a continuación, algunos de los principales aspectos de turismo en la región:

Turismo de naturaleza y aventura:

Barrancas del cobre.

Sierra tarahumara.

Cascada de Basaseachi.

Desierto de Samalayuca.

Sierra de Madera

Turismo Cultural:

Paquimé.

40 casas.

Pueblos mágicos, como: Batopilas, Guachochi, Creel.

Turismo histórico:

Ruta de Pancho Villa.

Museo casa Chihuahua.

Tendencia de turismo en el Estado.

Las tendencias del turismo han evolucionado en los últimos años, el interés por los destinos naturales, el turismo de aventura y las experiencias culturales han sido una de las principales actividades que busca un turista al visitar un lugar.

• Crecimiento de ecoturismo y turismo de aventura.

La Sierra Tarahumara sigue siendo uno de los principales destinos turísticos en el estado, los turistas buscan actividades al aire libre, el senderismo, la tirolesa y las actividades que se realizan en el Chepe, son cada vez más populares para turistas no solo nacionales sino también internacionales. El desarrollo de parques de aventura, excursiones, miradores, rutas de ciclismo y también las rutas de todo terreno, han generado una mayor oferta de actividades turísticas para los visitantes.

• Turismo cultural.

Existe un gran interés por las culturas indígenas, el turista busca conocer las costumbres, lenguaje, como también conocer y realizar actividades con ellos para vivir experiencias culturales únicas. La preservación de patrimonios históricos, como Paquimé, 40 casas, cueva grande, son lugares que un turista siempre quiere conocer por su historia, por lo cuales algunos de ellos son los destinos más populares en el estado.

• Turismo sostenible.

Las personas buscan la preservación del medio ambiente, muchos turistas buscan experiencias sostenibles y responsables con la naturaleza, como la conservación de la flora y la fauna, por lo cual ya se están ofreciendo recorridos guiados, reservas naturales y todo lo que cuide el entorno natural.

Importancia del turismo en la economía del estado.

El turismo juega un papel muy importante en la economía del estado, siendo uno de las principales fuentes de ingresos, y de empleos, como también es muy importante la promoción y conservación de patrimonios culturales e históricos para Chihuahua, en 2024, hubo una derrama económica de 16324 millones de pesos en todo el estado turísticamente. Algunos puntos clave sobre la importancia del turismo en la economía de chihuahua son:

- Generación de empleo.
- Diversificación de la economía.
- Fomento del desarrollo regional.
- Preservación del patrimonio cultural
- Aumento de infraestructura y servicios.
- Impacto en pequeños negocios y emprendimientos locales
- Inversión pública y privada.
- Desarrollo económico para municipios.

Oferta y demanda turística.**Oferta.**

La oferta turística en chihuahua se basa en sus recursos turísticos y culturales y los servicios e infraestructura que apoyan esta actividad. Los principales componentes de la oferta son:

- Recursos naturales
- Patrimonio cultural
- Infraestructura turística

Demanda.

La demanda turística en Chihuahua está conformada por turistas nacionales e internacionales, que buscan experiencias culturales, realizar actividades de aventura, y conectar con la naturaleza. La demanda se clasifica en:

- Turismo nacional.
- Turismo internacional.
- Turismo de aventura.
- Turismo cultural e histórico.

Planeación base de la actividad turística.**Potencial turístico del estado.**

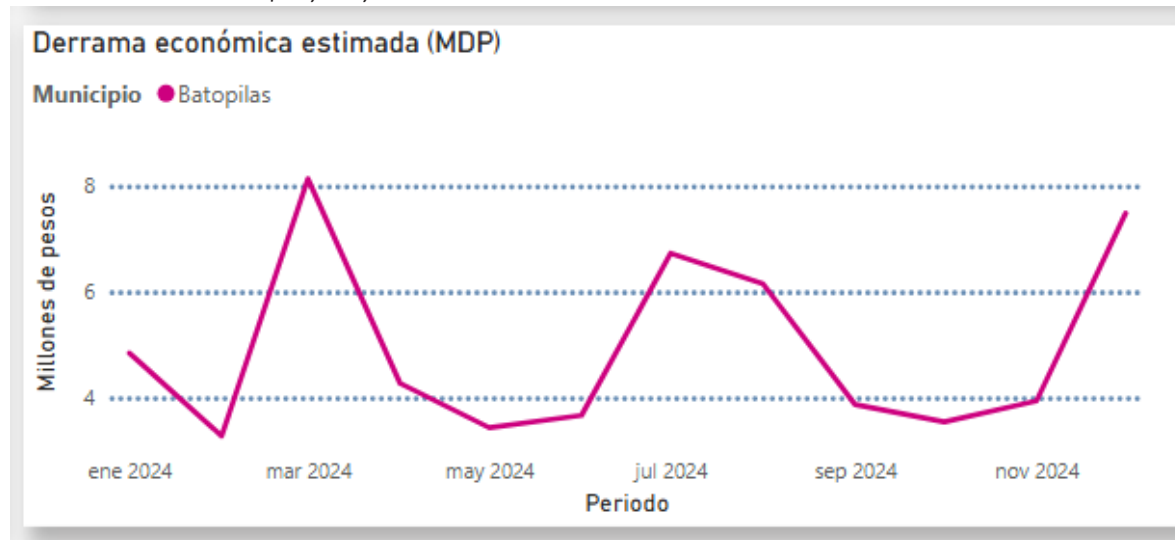
Chihuahua tiene un gran potencial turístico que incluye lugares históricos naturales y culturales.

- Chihuahua capital.
- Sierra tarahumara.
- Guachochi.
- Creel.
- **Madera.**
- Parral

VISITANTES Y DERRAMA ECONOMICA ANUAL 2024 de destinos de la Sierra y Arqueológicos**Municipios:****Batopilas.**

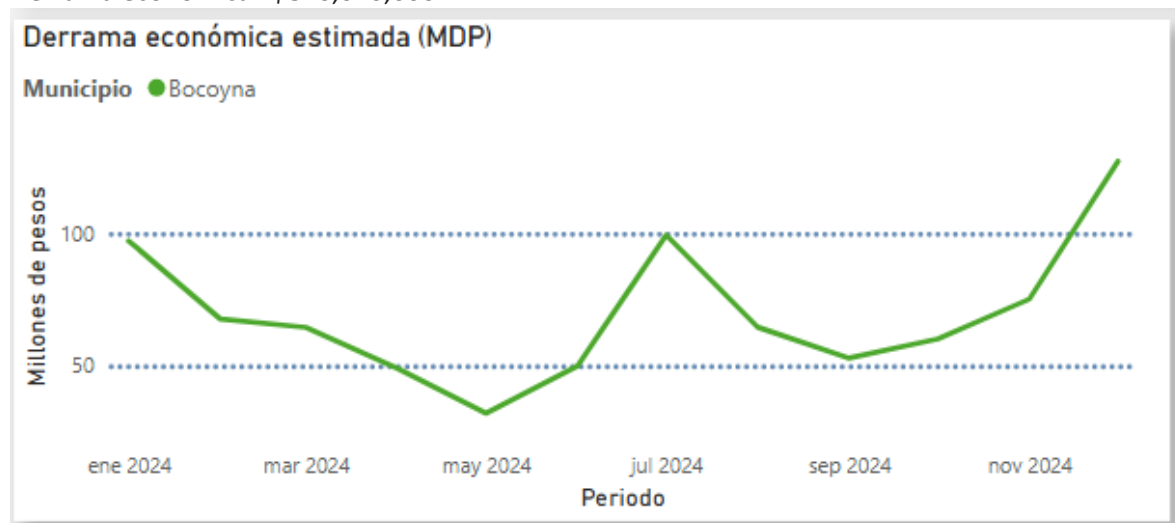
Número de visitantes: 13,168

Derrama económica: \$59,380,000

**Bocoyna.**

Número de visitantes: 231,990

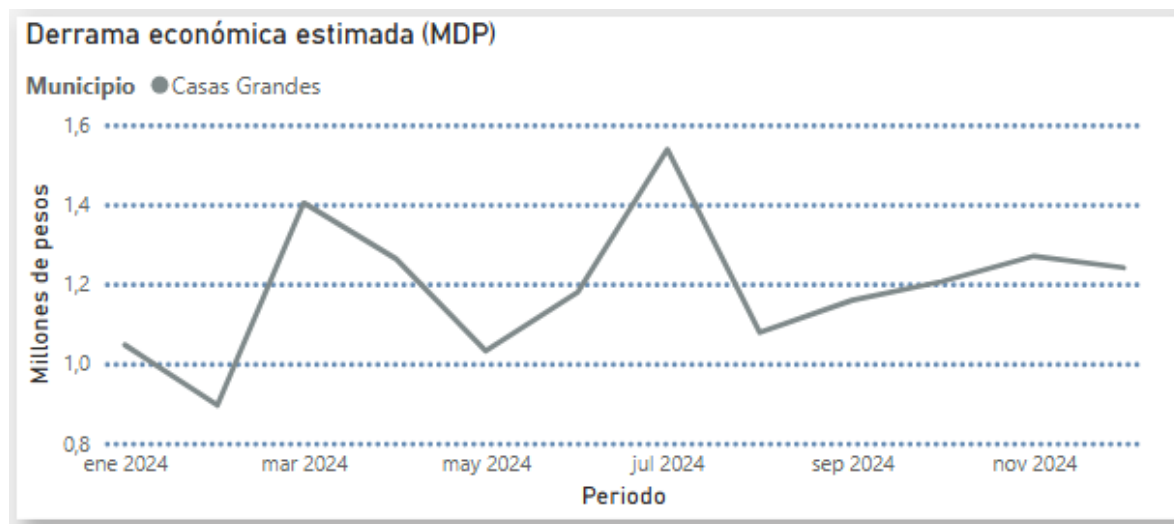
Derrama económica: \$840,070,000



Casas Grandes.

Número de visitantes: 9.080

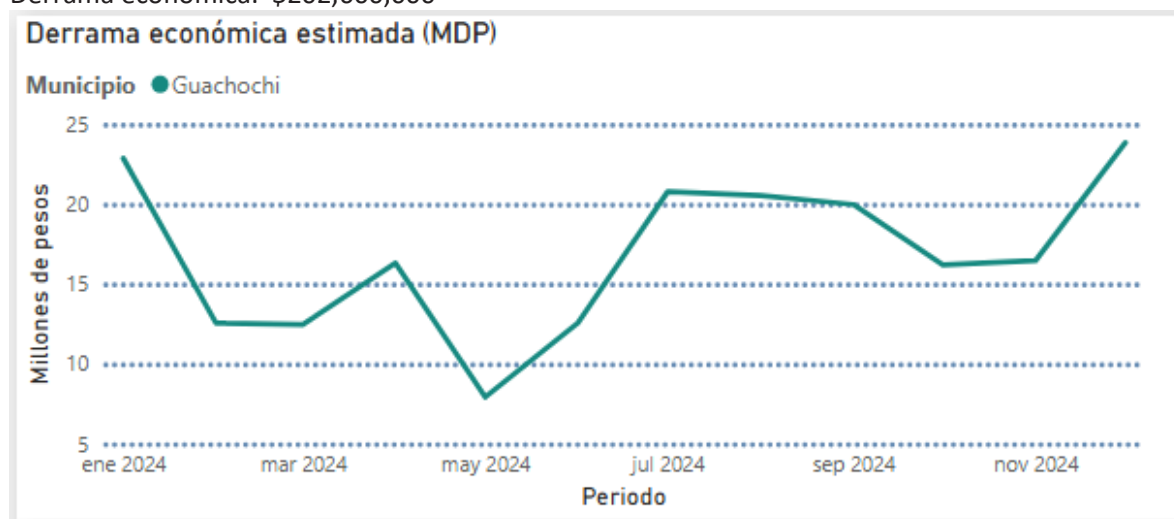
Derrama económica: \$14,320,000



Guachochi.

Número de visitantes: 77,355

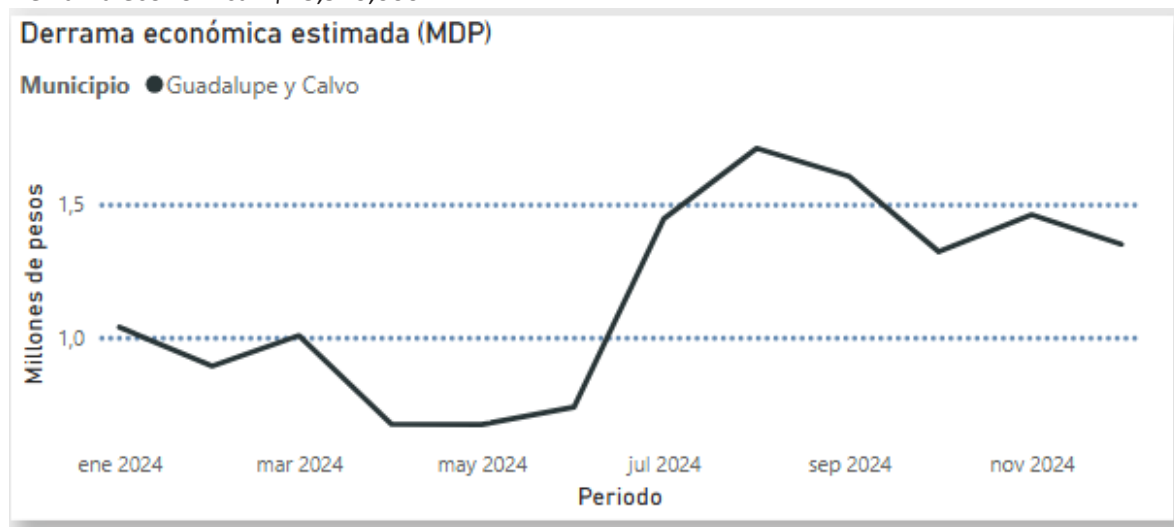
Derrama económica: \$202,600,000



Guadalupe y Calvo.

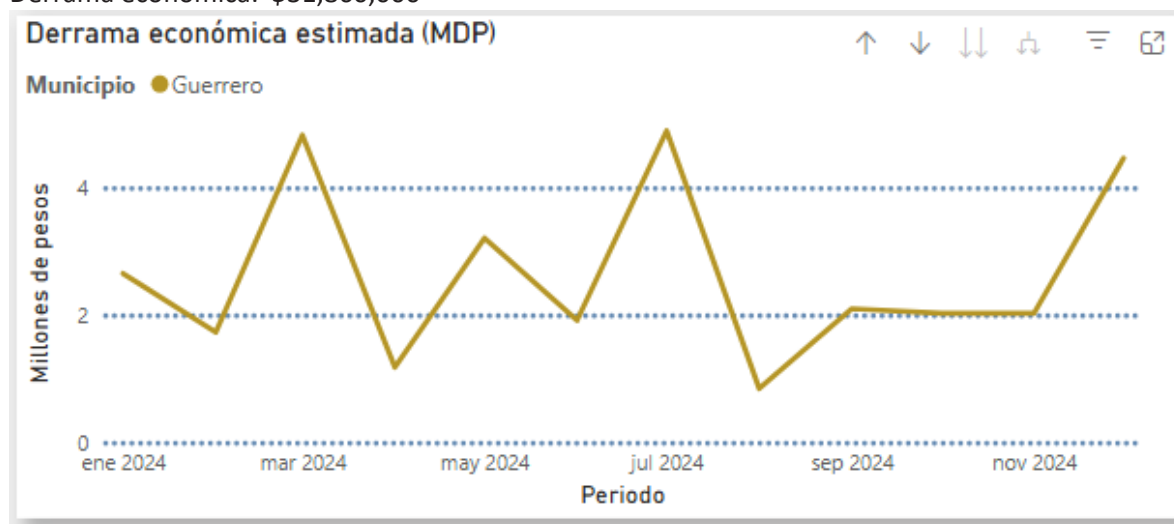
Número de visitantes: 6,315

Derrama económica: \$13,910,000

**Guerrero.**

Número de visitantes: 14,842

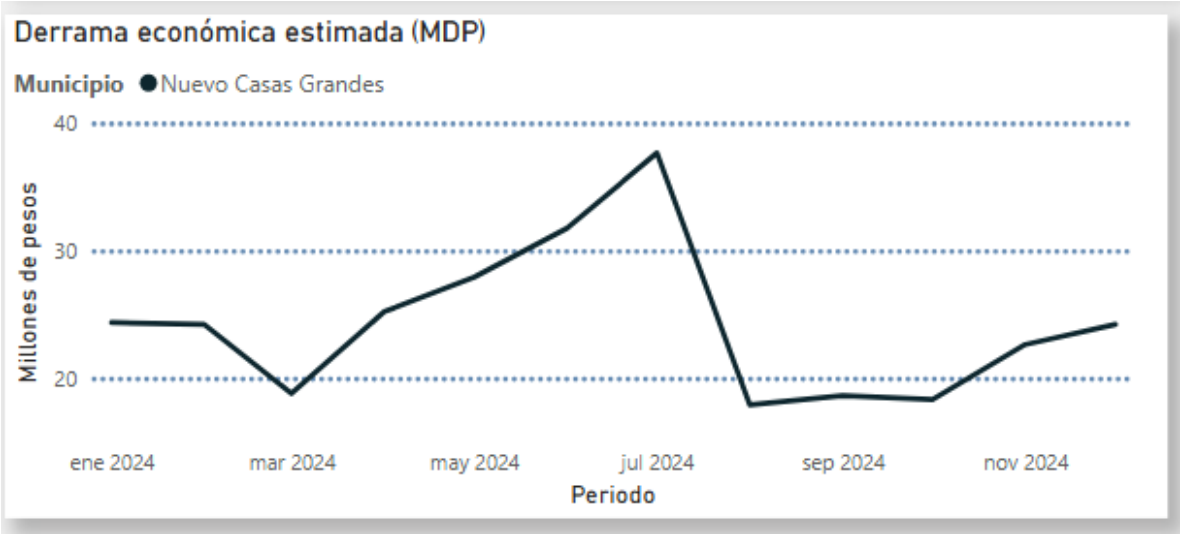
Derrama económica: \$31,860,000



Nuevo casas grandes.

Número de visitantes: 126,482

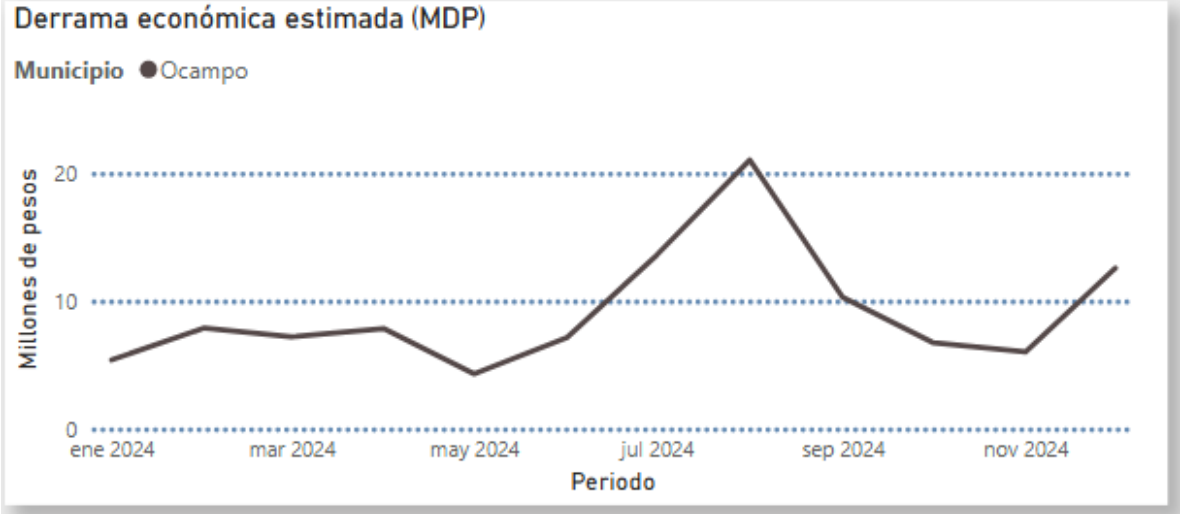
Derrama económica: \$290,670,000



Ocampo.

Número de visitantes: 40,141

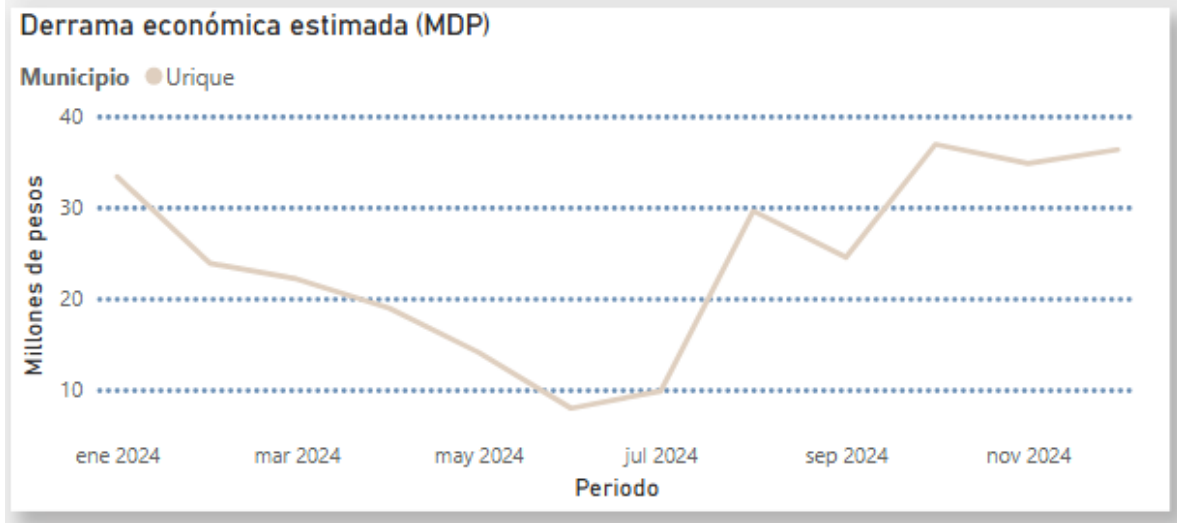
Derrama económica: \$ 110,120,000



Urique.

Número de visitantes: 107,517

Derrama económica: \$ 292,330,000



Capítulo 2

Alineación con otros planes, programas y documentos

El Plan Maestro de detonación económica y desarrollo turístico del Municipio de Madera se alinea estratégicamente a nivel federal con el Plan Nacional de Desarrollo 2019 – 2024 y el Programa Sectorial de Turismo 2020- 2024, Plan Estatal de Desarrollo 2022 – 2027, así como los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Con el objetivo de contribuir con el desarrollo económico, político y social del país, el Programa Sectorial de Turismo se vincula con el Plan Nacional de Desarrollo 2019 – 2024 en el eje de Economía.

Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024

Apartado y/o Eje	Objetivos y/o programas específicos
Política y Gobierno	- Erradicar la corrupción, el dispendio y la frivolidad. - Separar el poder político del poder económico. - Cambio de paradigma en seguridad. - Democracia participativa. - Consulta popular. - Recuperación de los principios en materia de política exterior. -Solución de raíz en materia de migración. -Libertad e igualdad.
Política social	-Construir un país con bienestar. -Desarrollo sostenible. -Salud para toda la población. -Instituto Nacional de Salud para el Bienestar. -Cultura para la paz, para el bienestar y para todos.
Economía	-Detonar el crecimiento. -Mantener finanzas sanas. -No más incrementos impositivos. -Respeto a los contratos existentes y aliento a la inversión privada. -Impulsar la reactivación económica, el mercado interno y el empleo. -Proyectos regionales. -Promover la ciencia y tecnología.

Programa Sectorial de Turismo 2020-2024

El Plan Maestro de detonación económica y desarrollo Turístico se vincula con los objetivos del Programa Sectorial de Turismo 2020-2024, con la finalidad de contribuir con el desarrollo turístico del país.

	Objetivos	Estrategias
	1. Garantizar un enfoque social y de respeto de los derechos humanos en la actividad turística del país.	1.1 Desarrollar instrumentos y mecanismos de política pública que contribuyan al turismo social e incluyente. 1.2 Fortalecer el turismo accesible para contribuir al bienestar de la población con mayor vulnerabilidad. 1.3 Impulsar el desarrollo turístico integral mediante esquemas de coordinación interinstitucional para favorecer la generación de bienestar en destinos turísticos. 1.4 Fortalecer las capacidades institucionales para promover una administración responsable, incluyente, eficiente, honesta y transparente.
	2. Impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México.	2.1 Impulsar proyectos de infraestructura para el desarrollo turístico integral y sostenible en las distintas regiones del país. 2.2 Fortalecer la integración de productos y servicios para consolidar la actividad turística. 2.3 Promover el fortalecimiento de los sistemas de información estadística y geográfica para fomentar el desarrollo del turismo. 2.4 Impulsar la formación y profesionalización de recursos humanos para generar oportunidades de bienestar y elevar la calidad en los servicios asociados al turismo. 2.5 Modernizar el marco normativo del sector para fortalecer la conducción de la política turística. 2.6 Fortalecer la política de servicios al turista para garantizar su seguridad y protección integral.
	3. Fortalecer la diversificación de mercados turísticos en los ámbitos nacional e internacional.	3.1 Diversificar las estrategias de comercialización para incrementar los flujos turísticos y la inversión. 3.2 Innovar en la promoción turística para impulsar el crecimiento del sector. 3.3 Promover la imagen de México en el exterior para posicionarlo como un referente turístico.

Alineación del Plan Maestro de Detonación Económica y Desarrollo Turístico con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también conocidos como Objetivos Mundiales, se adoptaron por todos los Estados Miembros de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 2015 como un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para el 2030.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) están interrelacionados: con frecuencia la clave del éxito de uno involucra las cuestiones más frecuentemente vinculadas con otro. La participación de todos los países y regiones del mundo es necesaria para alcanzar estos objetivos ambiciosos. Se necesita la creatividad, el conocimiento, la tecnología y los recursos financieros de toda la sociedad para conseguir los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en cada contexto.

Por lo que el Programa Sectorial fue elaborado considerando los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), ya que el turismo tiene vinculación y puede apoyar al fortalecimiento de todos los 17 objetivos. Principalmente, impulsando el crecimiento económico, inclusivo y sostenible; la inclusión social, empleo y reducción de la pobreza; el uso eficiente de los recursos, protección ambiental y lucha contra el cambio climático; el impulso de los valores culturales, diversidad y patrimonio; el entendimiento mutuo, paz y seguridad.



“Las posibilidades del turismo de incidir en el desarrollo sostenible son considerables. Por ser uno de los principales sectores de generación de empleo en el mundo, el turismo ofrece importantes oportunidades de subsistencia, con lo que contribuye a aliviar la pobreza e impulsar el desarrollo”

Banki-moon, ex secretario general de la ONU

Capítulo 3

Desarrollo Sustentable del Turismo en el Municipio de Madera

El significado del Turismo Sustentable viene del concepto "Desarrollo Sustentable", pues ser sustentable se considera hoy en día básico e indispensable para cualquier tipo de desarrollo económico.

¿Pero qué significa ser Sustentable?

Sustentable significa, compatibilizar la búsqueda del desarrollo con la necesidad de conservar el patrimonio y los atractivos disponibles para el turismo. Es decir, que es preciso trabajar con el patrimonio turístico sin degradarlo, con el propósito de mantenerlo durante muchos años para el disfrute de las generaciones presentes y futuras.

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

Podemos definir el Turismo Sustentable como:

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

Por correspondiente los objetivos básicos del Turismo Sustentable son los siguientes:

1. Una distribución más justa de los beneficios de la actividad turística, sobre todo respecto a la comunidad local.
2. La mejora sustancial en la calidad de vida de los residentes.
3. El reforzamiento de los valores culturales y de identidad social.
4. La conservación de los atractivos del lugar para las generaciones futuras.
5. Una experiencia gratificante, de calidad e interés para el visitante.
6. El equilibrio entre turismo, negocio y conservación.

El turismo sustentable no es una elección, es un compromiso que debe asumirse si el Municipio decide ser turístico.

Principios del desarrollo sustentable

El nuevo modelo de turismo procura reequilibrar el conjunto de fuerzas económicas, sociales, ambientales y culturales, que intervienen en su desarrollo; esta filosofía de desarrollo, requiere como punto de partida la reflexión y aceptación de las teorías fundamentales de la sustentabilidad del turismo.

Principios:

1) La conservación del entorno natural

Garantía de que el desarrollo turístico sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales y con la diversidad biológica.

- Conservación de los recursos naturales.
- Mantenimiento del patrimonio arquitectónico.
- La capacidad de carga de los sitios.
- Evaluar periódicamente los impactos ambientales.

2) Integración social y cultural:

Los principales beneficiarios del turismo serán los propios residentes, gracias a las oportunidades de bienestar que brinda, pero siempre de forma compatible a su cultura y tradiciones.

- Participación de la población local.
- Promoción y rescate de la identidad nacional
- Generación y fomento de una cultura turística.

3) Rentabilidad económica:

Equilibrio entre las inversiones y los ingresos por turismo, asegurando la conservación de los atractivos que generan los beneficios.

- Empleo.
- Rentabilidad
- inversión
- Oportunidades de negocio.

El equilibrio los principios mencionados son la clave del éxito de una política turística bien llevada, la clave es el equilibrio entre la autoridad municipal como responsable principal de su aplicación y la comunidad.

Principios de Turismo Sustentable

Turismo sustentable



Conservación ambiental

Conservación de los recursos naturales.
Mantener el patrimonio edificado.
Evitar la contaminación.
Vigilar la capacidad de carga de los sitios.
Evaluar los impactos naturales.



Integración social y cultural

Participación de la población local.
Respeto a los valores culturales.
Revaloración de las tradiciones.
Rescatar la arquitectura vernácula.
Mejorar la calidad de vida de la población.



Rentabilidad económica

Generar empleo.
Incrementar la rentabilidad.
Aprovechar los beneficios del turismo.
Estimular la inversión.
Crear nuevas oportunidades de negocio.

Conceptos relacionados al Turismo Sustentable

Para impulsar un desarrollo turístico basado en los principios de sustentabilidad, es decir, de permanencia y estabilidad a lo largo del tiempo, es preciso aclarar los conceptos que ayudan a su aplicación real. Estos conceptos son:

1. La capacidad de carga turística.
2. La calidad turística y,
3. Los impactos esperados o generados.

Explicaremos a continuación el significado de cada uno.

La capacidad de carga turística

La capacidad de carga es el límite de uso de un lugar de interés turístico, el punto hasta donde es posible controlar los efectos negativos producidos por la presión de visitantes.

Consiste en saber qué cantidad de turistas que puede absorber un lugar turístico para que no se vea masificado y pierda su atractivo, por ejemplo, un lago lleno de embarcaciones de paseos o deportivo, no es un paisaje seductor, o unas zonas arqueológicas abarrotadas de visitantes pierden todo su encanto e interés, impidiendo apreciar su verdadero valor. Ahora bien, determinar dicho límite de visitantes no es fácil, puesto que ello implica controlar y restringir dicha presión, sin embargo, una autoridad municipal alerta y preocupada por sus recursos turísticos, es capaz de detectar el riesgo de sobrecarga de un sitio y actuar con previsión evitando llegar a ese nivel. Para conocer el límite de riesgo sobre el cual los efectos son dañinos en el patrimonio, hay que tener en cuenta las siguientes señales de alerta:

Físico, un claro límite de riesgo es cuando se empieza a producir un proceso acelerado de deterioro de las instalaciones o del lugar, a un ritmo superior a su normal mantenimiento, para ejemplo:

- Un edificio histórico que progresivamente pierde parte de su valor arquitectónico o artístico, por efecto de la concentración de gente (grafiti, humedad, vandalismo, etc.)

Biológico, corresponde a una sobreexplotación del recurso natural, por encima de los límites que impiden su regeneración, por ejemplo:

- La fragilidad de la capa de suelo de un bosque sometido a las pisadas continuas de las visitantes o la recolección de especies de flora de manera descontrolada.

Socio - cultural, el riesgo se produce cuando la presión turística es capaz de alterar los valores culturales y hábitos tradicionales de la población local, por ejemplo:

- Cuando los alimentos típicos o la dieta normal son sustituidos por costumbres importadas, coma la comida rápida.

Psicológico, un nivel indeseable se alcanza cuando los visitantes se sienten incómodos o insatisfechos por una excesiva concentración de público, o por un espacio mal dimensionado, por ejemplo:

- Un museo de escasas dimensiones o con visitantes en exceso, donde es imposible apreciar y disfrutar de las obras expuestas.

En definitiva, la capacidad de carga intenta establecer un equilibrio entre los turistas que queremos y los que realmente estamos en capacidad de recibir.

La Calidad del Espacio Turístico

El termino calidad es muy amplio y puede ser aplicado a:

- El entorno en el que se desarrolla la actividad turística
- Los servicios de alojamiento, de comida, transportes, etc.
- Los profesionales dedicados a atender a los visitantes.
- Las condiciones de vida de la población local
- Y en conjunto la oferta turística

Respecto al ambiente que rodea al turista, por ejemplo, la calidad es la medida en que una zona se mantiene libre de contaminación (acuática, visual, atmosférica o acústica) y atractiva a la vista, es decir, ordenada, limpia, acogedora y segura. Un significado más vinculado a la calidad de los servicios y a la actitud de quienes están al frente de la actividad turística, es hacer las cosas lo mejor posible, esto quiere decir, dar al visitante lo que espera.

La calidad responde, al objetivo de obtener la mejor consideración del cliente o turista, sobre el lugar, sus servicios y su gente; calidad debe existir en todos las precios y niveles, ya que depende básicamente de la satisfacción del cliente, cuando esto se produce hablamos de una adecuada relación calidad - precio.

Los estándares de calidad se establecen normalmente a nivel nacional o incluso internacional, y es usual aplicarlos por ejemplo en el caso de los hoteles, diferenciando sus categorías en una escala de una a cinco estrellas o estrellas y diamantes.

La calidad se resiente cuando algo falla, pues el turista ya no se sentirá completamente satisfecho. Por eso, es necesario controlar que los recursos turísticos estén conservados, que los servicios sean correctos y el precio el justo.



Calidad en el Espacio Turístico

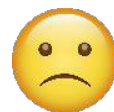
Medio Ambiente				
Alojamiento				
Alimentos y bebidas				
Infraestructura				
Seguridad				
Hospitalidad				

PERCEPCIÓN
GENERAL
DEL DESTINO

Satisfacción



Insatisfacción



Impactos

- Distribución más equitativa de los beneficios económicos, por eso la participación de la población local (micro - empresas, capacitación laboral, etc.), son condiciones básicas para lograr la justicia social que predica.
- Es Garantía para la protección de los recursos naturales y para su conservación a largo plazo.
- Se basa en la calidad del destino turístico, que asegura un mayor nivel educativo y un mayor poder adquisitivo de los visitantes.
- Contribuye a diversificar la economía turística, puesto que destaca los atractivos culturales y sociales, ampliando la oferta turística de un lugar (cultura, deportes, aventura, arqueología, etc.).
- Integra a la población local, como parte activa y creativa de dicha economía turística, a través de sus iniciativas particulares (hoteles, fondas, transportes, visitas y excursiones guiadas, artesanía).
- Genera divisas porque atrae a más turistas, lo cual incide igualmente en la inyección de capital y fondos a la economía local.
- Constituye el futuro del turismo, pues cada vez más la gente busca el contacto con la naturaleza, el patrimonio bien conservado, el retorno a las tradiciones y la vida sana.
- Disminuye el consume energético e impulsa el uso de tecnologías no contaminantes.
- Aprovecha espacio tradicionalmente marginado o de escaso interés turístico, como zonas rurales o agrícolas, y grandes extensiones naturales de bosques, entre otros.
- Desarrolla oportunidades de progreso para levantar o dar impulso a la economía de lugares deprimidos, con graves problemas de actividades económicas.
- Impulsa el acondicionamiento de las infraestructuras y equipamiento básico, como carreteras, alcantarillado, tratamiento de basuras, centros de capacitación, en beneficio de la población local.
- Revalora el talento local de la comunidad, que ve apreciada y valorada su herencia cultural y su patrimonio histórico.
- Eleva los niveles de capacitación de la población local, como condición indispensable para el soporte de la actividad.
- Estrecha los lazos interinstitucionales, es un componente fundamental del éxito, es la capacidad de coordinación entre las diferentes instancias públicas, y de estas respecto al sector privado.

Turismo y entorno natural

Grandes zonas del territorio nacional han sufrido los estragos de la degradación. No solo han sucumbido paisajes, un gran número de recursos naturales, económicos y de emisiones

de desechos han transformado negativamente los ecosistemas de amplias zonas del país. Se trata de un modelo que es necesario transformar profundamente en un sector estratégico para la economía, pero también con un potencial de impacto sobre el medio natural. El futuro de nuestros atractivos depende, en buena medida de la capacidad de transformar el modelo, avanzando hacia un modelo sustentable.

Los problemas señalados constituyen una realidad existen otros casos de riesgo que apuntan y pueden en breve plazo de no procederse de inmediato a un cambio de modelo que integre las variables ambientales en sus planteamientos, ha degradar el Entorno por ello, habrá que impulsar una nueva forma de entender la actividad turística, porque no solo los resultados monetarios justifican su existencia inviable.

El cambio de modelo implica una nueva escala de valores sociales y culturales que son de aceptación inexcusable para la propia continuidad del turismo. implica el paso del concepto de crecimiento cuantitativo del turismo al de su desarrollo cualitativo mediante la integración de las actividades al medio, dimensionándolas y diseñándolas de tal modo que el nivel de alteración del entorno quede dentro de los límites aceptables para este.

La idea central de esos nuevos valores culturales del sector es que se centre en la necesidad de conseguir la positiva articulación del turismo en un desarrollo local y regional integrado, evaluando sus aportaciones, costos y riesgos desde una referencia a la sustentabilidad al largo plazo.

Ecoturismo

El turismo sustentable se expresa a través de actividades turísticas, que varían en función de los atractivos y el potencial de cada sitio. Entre estas formas de expresar el turismo sustentable, destacan: el ecoturismo, el turismo de aventura, el turismo rural, y muchos más, tantos como condiciones especiales tenga un lugar y como preferencia muestren sus visitantes.

Una de las modalidades más difundidas es el "ecoturismo". El concepto de ecoturismo surgió en la década de los ochenta cuando se vio en el turismo de naturaleza, por el que mucha gente se sentía atraída, una oportunidad para financiar la conservación de las áreas protegidas, y de formar a la población y a los visitantes.

El ecoturismo se define entonces coma: "un tipo de turismo de base ecológica, centrado en la observación, disfrute y preservación de la naturaleza, preocupado por reducir los impactos negativos sobre el ambiente y por el bienestar de la población local"

Sin embargo, con frecuencia hay diferencias entre teoría y práctica, puesto que el potencial ecoturístico de ciertos lugares se utiliza solo como reclamo publicitario. En estos casos, la realidad es que la actividad turística, no significa beneficios para la conservación de las áreas naturales, ni para la mejora de la calidad de vida de la comunidad receptora.

Por eso, es importante el compromiso responsable, si se quiere ser un Municipio Ecoturístico. Para convencernos si ese es el camino, nada mejor que repasar las principales ventajas del ecoturismo:

- La demanda de vacaciones relacionadas con la naturaleza y la cultura, crece a un ritmo mayor que otro tipo de turismo, por lo que representa una interesante oportunidad de negocio. Hay que tener en cuenta que la demanda inicial es pequeña, y por ello es fácil duplicarla o triplicarla en poco tiempo.
- Una parte de los beneficios deben reinvertirse en el mantenimiento y protección del patrimonio, lo cual exige una gestión adecuada de la actividad turística.
- El ecoturismo favorece permitiendo que la mayor parte de los ingresos turísticos queden en el Municipio, si este es capaz de crear los servicios necesarios (alojamiento y transportes principalmente), a la altura de lo que exigen los operadores y turistas.
- Visión a largo plazo y beneficios también estables en el largo plazo, si no se comprometen los atractivos que han de disfrutar las generaciones futuras, de lo contrario, su destrucción condena al fin de la actividad turística.
- Se requiere una menor inversión inicial, de los equipamientos, servicios e infraestructuras necesarias, son más sencillas que los que exigen los grandes complejos turísticos. Debe reconocerse que existe un factor de costo adicional, ya que normalmente los atractivos, se localizan en lugares alejados carentes de las infraestructuras básicas (carreteras, aeropuertos, entre otras).
- Es un turismo de pequeña escala, a la medida del contacto humano y de la proximidad a la naturaleza, por ello, necesita solo los servicios e instalaciones básicas, con el menor impacto al entorno original, pero sin perder la idea de comodidad y confort para el visitante.
- El éxito depende de la conservación de la naturaleza y de la implicación de la población local, encargada de aprovechar de manera racional el uso del patrimonio como alternativa económica, y como promesa de una vida mejor para las generaciones presentes y futuras.

Turismo sustentable y Municipio

El turismo atrae beneficios y problemas. Si está bien planeado, desarrollado y gestionado, el turismo genera, y ofrece oportunidades a los empresarios locales para crear negocios. Todo ello se traduce en un mejor nivel de vida de los residentes. Los ingresos tributarios generados por el turismo pueden dedicarse a mejorar el equipamiento y obra social. El turismo estimula la expansión de otras actividades económicas como agricultura, pesca, manufacturera y artesanía, fomenta el desarrollo de nuevas y mejores instalaciones comerciales y culturales que son usadas por la comunidad local y sus visitantes.

El turismo puede justificar y contribuir a la financiación del trabajo de conservación de zonas naturales locales, sitios arqueológicos e históricos, tradiciones artesanales y culturales, y a una mejora general de la calidad ambiental, ya que todo esto atrae a los turistas.

Sin embargo, si el turismo no está bien planeado, desarrollado y gestionado, puede ser una causa de congestión, contaminación y otros problemas ambientales. Un uso incontrolado por parte de los turistas de zonas naturales y sitios históricos lo lleva a su degradación. La excesiva comercialización de las tradiciones culturales desvirtúa el patrimonio cultural de la zona. Restringe la pérdida de beneficios económicos para la zona si esta no mantiene un control del desarrollo turístico. Mediante planeación, desarrollo y gestión rigurosa, los beneficios del turismo pueden optimizarse y los problemas reducirse a un mínimo.

Toda zona que considere desarrollar o ampliar su turismo debe evaluar cuidadosamente sus recursos turísticos. Entre estos figuran todos los tipos de atracciones y actividades actuales o posibles relacionadas con el medio ambiente natural, el patrimonio cultural y los rasgos específicos de la zona, como actividades económicas, sitios urbanos, entorno rural, servicios de salud, lugares religiosos, instalaciones y servicios turísticos ya en funcionamiento, infraestructura de transporte y general, y disponibilidad de mano de obra calificada. También se deben evaluar otros factores influyentes en el viaje a la zona, destinos competidores, sentimiento de la comunidad con respecto al desarrollo turístico, grado de salud y seguridad pública y estabilidad política de la zona.

Capítulo 4

Papel del Municipio de Madera

Turismo, Municipio y Comunidad

El turismo en el Municipio se concibe como la voluntad de todos los actores sociales implicados, lo que significa asumir un compromiso de colaboración y corresponsabilidad, buscado alcanzar los intereses colectivos a partir de una meta común.

Aislarse significa, que los beneficios de la actividad turística no lleguen a la población local, y que los impactos negativos del turismo no tengan control o respuesta que obligue a corregirlos.

Una condición básica para que la relación sea suficientemente estable y útil, es impulsar el conocimiento del marco legal Artículo 115 constitucional.

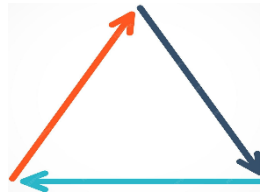


Actores Sociales que Participan en el Turismo

Turismo



Municipio



Comunidad



Empresarios

- El Municipio debe liderar el proceso de desarrollo turístico en su comunidad.
- El Municipio debe buscar el acuerdo entre todos los agentes sociales.
- El Municipio, la comunidad y los empresarios son socios en la empresa común para desarrollar el turismo

La (única posibilidad de configurar un triángulo, símbolo de estabilidad y solidez, cuyos vértices sean El Municipio, el Turismo y la Comunidad, es avanzar hacia un sistema de gestión descentralizada, que tenga como eje el reforzamiento de la administración local.

Responsabilidad del Municipio

En México la gestión municipal responde a funciones tradicionales del Municipio como velar por el bien común de la población, recaudar los impuestos, regular el ordenamiento territorial, constructor de equipamientos e infraestructura básica y

promotor de eventos cívicos y culturales.

El actual Régimen Municipal puede actuar en favor de la promoción turística (siempre en consonancia con la estrategia Estatal), y del establecimiento de las bases de un turismo sustentable.

La forma de lograrlo es establecerlo como objetivo fundamental, procurar mantener un ambiente para el trabajo y para la vida de la población, para ello, el Municipio debe asumir las funciones que le corresponden por ley y que están en perfecta correlación con los principios del turismo sustentable, constituyendo este compromiso de defensa de sus deberes y derechos, el mejor soporte para un efectivo impulso al desarrollo turístico local.

Las principales funciones del Municipio, son las siguientes:

- **Planificación del uso de suelo:**

Determina, la selección de áreas prioritarias para el desarrollo y la identificación de su potencial (agricultura, turismo, industria, forestal, etc.), así como la previsión del equipamiento e infraestructura básica, de acuerdo a las necesidades de la población y los límites y condiciones del crecimiento.

El Municipio, tiene la facultad de compatibilizar las actividades productivas y los servicios públicos, lo cual representa el punto de partida para adecuar el territorio a un objetivo de desarrollo, sea turístico o de cualquier otro tipo.

En este sentido, hay que destacar que uno de los factores claves que contribuyen a hacer competitivo un destino turístico, es la salud de su territorio y su capacidad de ordenamiento.

- **Servicios básicos y construcción de la obra pública.**

Garantiza la cobertura, ejecución y gestión de los servicios básicos, como el abastecimiento de agua, la electrificación, la recolección de basura, la disposición de desechos sólidos y líquidos, las telecomunicaciones.

La inversión pública en infraestructura y equipamiento fundamental para el desenvolvimiento de la vida comunitaria, tales como: carreteras, redes de agua potable, sistemas de alcantarillado, de riego, escuelas, centros de salud, núcleos deportivos, espacios recreativos, mercados, rastros, viviendas de interés social.

Los servicios de infraestructura y equipamiento, constituyen el soporte fundamental del desarrollo y representan un activo o inversión indispensable para encaminar cualquier iniciativa turística

- **Regulación y control del desarrollo.**

Es necesaria la elaboración de los planes de ordenación urbana y territorial, que permita regular el crecimiento, de poblados, de las áreas rurales y espacios protegidos.

Además, permite definir el tipo de construcciones e instalaciones que se quieren para tales ámbitos, y las normas a las que deben estar sujetas, que a su vez determinan los requisitos para autorizar una obra, tramitar un permiso o recaudar el catastro urbano.

Otros factores importantes, como la conservación del medio ambiente, el control de la contaminación, y la administración del patrimonio histórico y cultural, en coordinación con las instancias superiores de la administración pública.

El adecuado conocimiento por parte del Municipio de las leyes orgánicas del suelo, de costas (Zona Federal Marítimo - Terrestre) o del ambiente, y de todas las normativas existentes es decisivo para asegurar un desarrollo sustentable, y para garantizar la participación y control de la administración local en la planeación del turismo.

- **Recaudación de impuestos.**

Esta ha sido la principal función de los municipios, la fijación y recaudación de los tributos, tasas e impuestos necesarios para financiar los servicios públicos.

- **Coordinación y promoción.**

Una función del Municipio como ente organizador de la vida social y cultural de su comunidad, es incorporar competencias relativas a la coordinación con otros organismos tanto de la administración pública, como del sector privado, para hacer viables muchos de los proyectos necesarios para la mejora de la calidad de vida de la población. Este poder de convocatoria debe hacerse extensivo a la comunidad con la finalidad de constituirse como el órgano de participación a través del cual se expresen las demandas y se logre el consenso.

Como parte complementaria de estas competencias, es importante destacar la función de informador y promotor de eventos culturales, turísticos y artísticos, que debe cumplir el Municipio, compatible con la misión de promoción turística.

La organización de campañas informativas y cívicas, son responsabilidad que le permiten tomar las riendas del desarrollo turístico local, contando siempre con el marco de referencia que representa los planes o estrategias a nivel nacional, como la de fomento y generación de una cultura turística.

Participación social

El desarrollo turístico depende del esfuerzo conjunto de todos los actores sociales implicados, por lo tanto, el Municipio debe ser el actor coordinador. Los actores sociales con capacidad de intervención en la actividad turística pueden ser de diferentes tipos, pero para simplificar el análisis, se mencionarán los siguientes:

- El Municipio, en representación del sector público;
- Los Empresarios, parte del sector privado;
- Comunidad, que busca mejorar la calidad de vida.

Los actores, el Municipio, Empresarios y Comunidad, son socios en este proyecto o empresa común, que consiste en desarrollar la actividad turística, bajo el marco de un turismo sustentable.

El objetivo final es intentar conciliar las diferentes aspiraciones y exigencias legítimas de cada grupo. Alcanzar el consenso necesario para hacer viable el proceso de desarrollo turístico, a través de las consultas pertinentes y la disposición a colaborar de los diferentes grupos sociales (corresponsabilidad).

Si se consideran por separado los intereses que en teoría persigue cada uno, podremos llegar a la conclusión que existe entre ellos un campo común de acuerdo, de actores subsidiarios.

Además, dentro del proceso de desarrollo turístico, se generan relaciones de dependencia entre unos y otros que derivan en beneficios económicos para todos.

Ubicación de cada grupo e intereses con relación al turismo:

- interés del Municipio:
 - Elevar la calidad de vida de la población.
 - Generación de empleo bien remunerado.
 - Redistribuir el ingreso.
 - Regular la ordenación territorial y la generación de la infraestructura y equipamiento necesario al Municipio.
 - Impulsar la capacitación técnica.
 - Lograr una gestión eficiente de los medios económicos y humanos disponibles. Velar por la conservación del patrimonio natural y edificado.
 - Crear condiciones favorables para los inversionistas.
- interés Empresarial:
 - Condiciones favorables.
 - Acceso a facilidades financieras.
 - Contar con mano de obra capacitada y eficiente.
 - Servicios e infraestructuras de apoyo.
 - Gestión de permisos y autorizaciones.
 - Contar con información básica para la realización de inversiones rentables y seguras.
- interés comunitario:
 - Mejorar sus condiciones de vida.
 - Tener acceso a oportunidades de trabajo.
 - Disponer de los servicios básicos necesarios.

- Servicios de salud, educación y recreación.
- Mayor participación en las decisiones políticas que afectan su modo de vida.
- Conservar el patrimonio natural, histórico y cultural.

A partir del reconocimiento de lo que cada grupo de la sociedad considera deseable, se puede construir un pacto social en beneficio del turismo.

- interés compartido:
 - Mejorar la infraestructura, servicios y equipamiento de apoyo.
 - Crear y apoyar alternativas de desarrollo económico.
 - Revalorar el talento local.
 - Conservar el patrimonio.
 - Impulso a la creación de Pymes Turísticas.

Cuando un Municipio se define a sí mismo como turístico, dicha actividad se convierte en su eje económico y esta decisión debe ser compartida por todos los actores sociales, conscientes de que tal interés será prioritario. El diálogo entre todas las fuerzas es fundamental, basado en unas relaciones fluidas y complementarias. Por el contrario, el aislamiento de cada grupo en sí mismo, y su acción desordenada, solo conduce al caos, que en ningún caso es la fórmula del progreso económico equilibrado y participativo que plantea el turismo sustentable.

Turismo, Economía y Municipio

Los beneficios que cada uno de los actores sociales que recibe del turismo son muchos, reconociendo y valorando su efecto multiplicador. La forma de explicar en qué consiste el efecto multiplicador del turismo, es el proceso que sigue el dinero que gastan los turistas cuando viajan:

- 1) El gasto turístico provoca una reacción en cadena, que se inicia desde el momento en que cualquier persona decide viajar a un destino turístico.
- 2) El turista se pone en contacto con una agencia de viajes o directamente a través de las redes sociales o medios electrónicos, y contrata su medio de transporte hasta el lugar, en varios casos su alojamiento y alimentación también utiliza propio transporte.
- 3) La acción pone en marcha servicios turísticos, algunos de ellos locales y otros de grandes empresas internacionales.
- 4) Mientras mayor sea la prestación de los servicios a nivel local, mayores serán los beneficios que queden en la comunidad. Por ello se debe apoyar a las pequeñas y medianas empresas en el municipio.

5) Una vez que el turista llega al lugar elegido, realiza gastos en:

- Alojamiento.
- Alquiler de transporte.
- Alimentación.
- Compra de artesanías y productos típicos.
- Visita a los sitios de interés turístico.
- Asistencia a eventos culturales.

6) Las empresas vinculadas a los gastos y encargadas de satisfacer las demandas de consumo de los turistas, necesitan proveedores alternos tipificando al turismo como una actividad interdependiente.

- Alimentos y bebidas,
- Artesanías,
- Productos de consumo variados.

7) Es necesario el apoyo para el mantenimiento, atención al cliente, servicio de limpieza, alimentación e información.

8) Las personas incorporadas al mercado de trabajo que genera la actividad turística, obtienen un salario en México 30% superior al de otras ramas económicas, que les permitirá satisfacer sus propias necesidades de consumo, fortaleciendo así la economía local, se considera que en el país laboran para el turismo más de 3,900,000 personas directas.

9) Los empresarios en la medida en que prospere su negocio, podrán reinvertir los beneficios, ampliando o diversificar sus servicios, los cuales, favorecen la creación de empleos.

10) Se convierte de este modo, el gasto turístico en círculo de interés y beneficios encadenados.

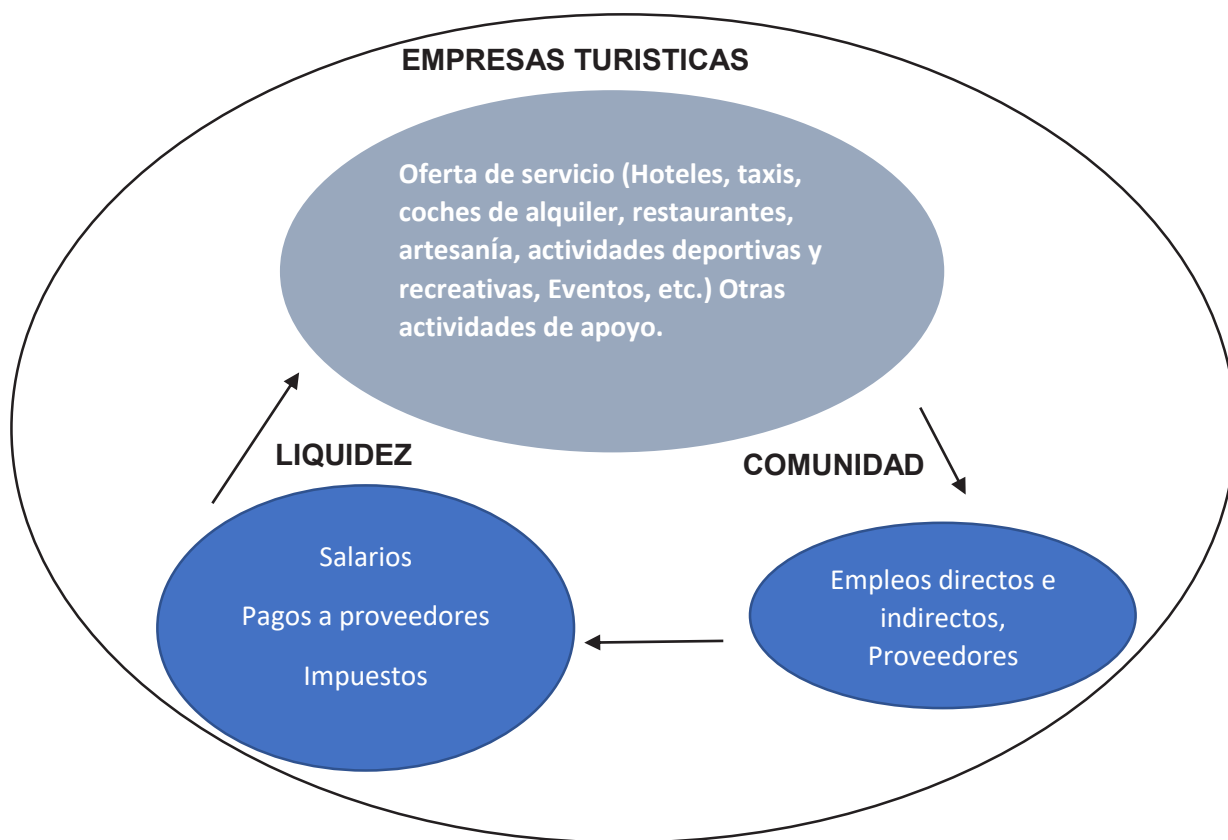
El efecto multiplicador, se relaciona con el número de turistas que nos visitan, mientras más y mejores turistas más ingresos. Debemos mantener el justo equilibrio, para evitar que un número excesivo de visitantes puedan poner en peligro la conservación de nuestros atractivos. No olvidemos nunca que, sin esos atractivos, el primer eslabón de la cadena se rompe, y es inviable el desarrollo económico que esperamos del turismo.

Efecto Multiplicador del Turismo

Gasto Turístico



- Desplazamientos
- Hoteles
- Comidas
- Visitas
- Compras



Planeación Municipal.

El Municipio debe constituirse en el líder del proceso de desarrollo turístico, actuando como puente entre la comunidad, empresarios y administración pública. La responsabilidad dentro del Municipio debe corresponder, a una persona con liderazgo, que haga uso de esta propuesta de forma intensiva.

La atribución básica del planeador turístico, será actuar como promotor del turismo dentro del territorio municipal, aplicando criterios que guíen la planeación del espacio turístico.

Perfil del desarrollador turístico.

Hacer aplicación de las recomendaciones de las propuestas de este plan maestro.

- Fijar responsabilidades para obtener resultados.
- Facilitar la comunicación entre todos los grupos de la sociedad: residentes, empresarios y administración pública.
- Responder a demandas de información, asesoría u orientación de cualquiera de los miembros de la comunidad.
- Formar el equipo de trabajo

Principales actividades.

Para la población local:

- Mantener canales de información permanente.
- Disponibilidad de consultoras.
- Promoción de la participación de la comunidad en las decisiones turísticas.
- Sensibilización a la sociedad la responsabilidad del proceso turístico.

Para los empresarios:

- Canalizar iniciativas de pequeñas, medianas y grandes empresas.
- Apoyar propuestas de los principios del turismo sustentable.
- Intermediario entre el sector público y privado.
- Promoción y gestión del soporte técnico.

Para la administración pública:

- Facilitar las relaciones entre las instancias locales y superiores de la administración.
- Coordinar **el trabajo en equipo dentro del Municipio.**

Funciones del responsable Turístico



RESPONSABLE TURÍSTICO



Población local

- Información
- Consultas
- Participación
- Sensibilización
- Formación



Empresarios

- Canalización de iniciativas
- Apoyo
- Mediación
- Asistencia técnica



Administración pública

- Mediación
- Coordinación
- Colaboración
- Motivación
- Aceptación de directrices



Capítulo 5

Plan de Desarrollo Turístico del Municipio

Misión

Fomentar, Promover y Fortalecer cada una de las áreas del Turismo del Municipio de Madera como Destino Turístico.

Visión

Que la Ciudad y Municipio de Madera sea uno de los Destinos más atractivos e integrales turísticamente y que esta actividad genere y desarrolle empleos sustentables a la población Maderense.

Objetivos generales y ejes de acción

- Reorganización y apoyo de las Organizaciones turísticas civiles y Consejo Consultivo Turístico Municipal
- Inclusión de la visión Ciudadana a través de la consulta y sugerencias.
- Reordenamiento Turístico (Territorio, señalización, mapeo, ubicación de prestadores de servicios y Atención Médica).
- Integración del Municipio y de los prestadores de servicios al Registro Nacional de Turismo.
- Implementación y continuidad Municipal de la Licencia de Funcionamiento a los establecimientos y eventos que quieran atender al Turista.
- Asesoría y capacitación en atención turística.
- Fomentar productos endémicos y locales.
- Fomentar la inversión privada local y foránea.
- Crear y apoyar proyectos productivos en materia Turística con visualización de la conservación del ecosistema.
- Crear, impulsar la inclusión de personas discapacitadas en lo laboral y emprendimiento en sector turístico.
- Desarrollar Productos turísticos de Aventura, Senderismo, Observación, Deportivos, Descanso, Arqueológico y Cultural.
- Certificación de Guías Turísticos.
- Gestionar Apoyos Estatales y Federales.
- Impulsar los eventos establecidos con enfoque turístico.
- Impulsar y asesorar la creación de nuevos eventos con enfoque turístico.
- Programación de Calendarización ordenada de eventos turísticos.
- Creación y continuidad de 2 productos turísticos sustentables Municipales.

- La creación de Grupos Sociales y Legalmente constituidos para emprender en el sector Turístico.
- Fomentar 40 Casas, Cueva Grande y Conjunto Huapoca y demás zonas Arqueológicas.
- Estudio plan proyecto Turístico de la zona de Sirupa.
- Promover el Santuario de la Cotorra Serrana.
- Promover la Cultura Indígena del Municipio.
- Fomentar la observación del ave endémica la Cotorra Serrana.
- Detectar y promover lugares turísticos en todo el territorio Municipal.
- Creación de Litografía Informativa y promocional.
- Fomentar y promocionar a través de medios masivos los lugares turísticos del Municipio.
- Crear página Turística Institucional del Municipio.
- Crear la imagen Turística Institucional del Municipio.
- Colaboración e integración cercana con las secretarías de Turismo Estatal y Federal.
- Promover, crear, aterrizar y fortalecer programa de Ciudades hermanas.
- Creación de Video fomento-turístico Municipal.
- Participación (presencial, en línea o litográfica) en Eventos-plataforma Estatales, Nacionales y Binacionales para fomentar y promover el Turismo y Productos del Municipio.
- Gestionar y Anclar en la Ciudad de Madera la Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico para estimular el estudio profesional y arraigar económicamente a la juventud del Municipio.
- Construcción de Infraestructura: de Urbanización y Proyecto Anzuelo con Impacto-Turístico para hacer de la Ciudad de Madera destino Turístico.
- Creación de espacio propio para la Dirección de Turismo.

Diagnostico

Análisis externo:

- La tendencia de los viajeros tanto a nivel Nacional, Estatal y Municipal comprendida entre el segundo semestre del 2023 y primer semestre del 2024 el turista está buscando opciones de alojamiento ecológicas de confort y turismo de naturaleza, así como experiencias que les permitan interactuar con las comunidades locales y aprender sobre su cultura y forma de vida. La creciente necesidad de disgustar alimentos y bebidas saludables y orgánicos elaborados en la localidad turística, tendiente a visitar lugares naturales sostenibles, el disfrute del servicio personalizado y la visita influenciada por la digitalización y el uso de la tecnología de redes.
- Cifras de movimiento turista, durante el periodo de septiembre de 2023 a junio de 2024, la actividad turística en México, comparada con el mismo periodo previo, arrojó los siguientes resultados: Se registró la llegada al país de 36 millones de turistas internacionales, cifra que representó un aumento del 5.6%.

Para el cierre de 2024, se mantiene la expectativa en la llegada de 45.2 millones de turistas internacionales a nuestro país, confirmándose con ello la recuperación con ello la recuperación del 0.5% respecto a lo observado en 2019 datos publicados por SECTUR y el Secretario de Turismo del Estado de Chihuahua informo que 8 millones 423 mil turistas pernoctaron en el 2023 en el mismo año pernoctaron en el Municipio de Madera 28643 turistas.

- **Marco legal y prioridades de la política nacional** en materia turística encontramos estos puntos: Desarrollo de Instrumentos y Mecanismos de Política Pública que Contribuyan al Turismo Social e Incluyente, Impulso al Desarrollo Turístico Integral Mediante Esquemas de Coordinación Interinstitucional para Favorecer la Generación de Bienestar en Destinos Turísticos, Impulso a Proyectos de Infraestructura para el Desarrollo Turístico Integral y Sostenible en las Distintas Regiones del País, Fortalecimiento de la Integración de Productos y Servicios para Consolidar la Actividad Turística e Impulsar la Formación y Profesionalización de Recursos Humanos para Generar Oportunidades de Bienestar y Elevar la Calidad en los Servicios Asociados al Turismo.

Política Estatal declaro la Gobernadora del Estado de Chihuahua dentro de su plan de Desarrollo; Promoción de destinos turísticos: mejorar la visibilidad de los destinos turísticos de chihuahua, Infraestructura Turística: Invertir en la infraestructura necesaria para mejorar la experiencia de los visitantes, Capacitación y Empleo: Fomentar la capacitación de los trabajadores del sector turístico para mejorar la calidad del servicio, Sostenibilidad: Implementar practicas sostenibles que protejan al medio ambiente y las comunidades locales. Además, la Legislación relativa a turismo, medio ambiente, urbanismo son favorables para hacer detonar económicamente a los Municipios claro cumpliendo sus normas.

Turismo marco legal:

Ley Federal de Turismo

Reglamento de la Ley Federal de Turismo.

Normas Oficiales expedidas por la SECTUR

Ley Estatal de Turismo

Competencias Municipales:

- Ley Orgánica del Municipio y Reglamento Turístico.
- Principales disposiciones que proveen ingresos a los municipios.
- Modificaciones al artículo 115 constitucional

Con relación al Urbanismo y la Ordenación del territorio:

- Ley de planeación y ordenamiento urbano

En relación con el Ambiente:

- Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección del Ambiente

Cada una de estas leyes o disposiciones normativas definen la autonomía Municipal para decidir sobre asuntos como el turismo.

- **Competencia Turística**, destinos turísticos con características similares a las nuestras, o que pertenecen a nuestro ámbito geográfico son: Son Bocoyna (Creel), Guachochi (Guachochi-Cusarare) Casas Grandes (Paquimé), Batopilas (Batopilas), Ocampo (Basaseachi) Urique (Barrancas del Cobre).

Creel:

pertenece a la zona turística de la tarahumara siendo un pueblo mágico, que contempla y oferta estos centros turísticos.

- Barrancas del cobre.
- Lago de Arareko.
- Cueva de Petra.
- Mirador Cristo Rey.
- Recowata.
- Parque de aventuras barrancas del cobre.
- Valle de los hongos.
- Valle de los monjes.
- Valle de las ranas.
- Cascada de Cusarare.
- Cascada de Basaseachi.
- Cueva tarahumara.
- Pitorreal: La roca de la fertilidad.

Donde todo esto, crea un corredor de traslado, donde se ofrecen varios productos turísticos, además de contener en la localidad infraestructura turística como la calle principal, y varios servicios de alimentación, de aventura, artesanía y hospedaje. En lo que se refiere a la calidad de servicio de los restaurantes es muy buena, dentro de platillos locales a platillos internacionales, en la gama hotelera cuenta desde cabañas hasta hoteles de 5 estrellas, y cuenta con una infraestructura de transportación con línea de autobuses, el famoso tren CHEPE, y últimamente con la inauguración del aeropuerto, además de que cuenta con corredor de estadía que es la calle principal, que engloba los restaurantes hoteles y artesanías.

Sin dejar atrás que cuentan con un centro de salud para la atención del turismo, como también ofrecen distintos eventos deportivos, de aventura y culturales con gran presencia en el estado, siendo siempre abarrotados, además de que cuenta con turismo semanalmente, además cuenta en la localidad la impartición de la Licenciatura de Administración de Empresas Turísticas y cuenta con imagen institucional.

Guachochi pertenece a la zona turística Tarahumara siendo pueblo mágico que contempla u oferta estos centros turísticos:

- Parador Turístico

- Museo Norowa
- Cabañas el Tepehuan
- Lago las Truchas
- Parque Águilas Unidas
- Monumento a la Familia
- Parque Las Garzas
- Cascada El Salto
- Cabañas La Mesita
- Cabañas El Edén
- Parque Ecoturístico Kokoyome
- Cañón El Jaguar
- Barranca La Sinforosa
- Ruta el Toro
- Cueva La Hierbabuena

Esto conjuga un corredor de traslado y se brindan los servicios de hospedaje y alimentación, en el cual se ofrece platillos locales y antojitos mexicanos, contando con un buen servicio de hospedaje la localidad se encuentra con infraestructura urbana con enfoque turístico, además de que cuenta la localidad con un buen centro de salud para la atención del turismo, también cuenta con varios eventos con gran presencia en el estado siendo siempre abarrotados, cuenta también con eventos deportivos, de aventura y cultura además de que cuentan con turismo semanalmente. Guachochi es un escenario majestuoso de la Sierra Tarahumara, que permite disfrutar de la vegetación en verano, cuando los campos se llenan de flores, y de las montañas cubiertas de nieve durante el invierno, También cuenta en la localidad con la carrera Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico.

Casas Grandes es un pueblo mágico se conjuga turísticamente también con la ciudad de Nuevo Casas Grandes pertenecen a la zona turística Arqueológica que contempla u oferta estos centros turísticos:

- La Cueva de la Golondrina
- La Reserva de la Biósfera de Janos
- La localidad de Mata Ortiz
- Las Ruinas de Paquimé
- El Museo de Las Culturas del Norte
- Colonia Benito Juárez
- Colonia Dublán
- Cueva de la Olla
- Cuarenta Casas
- Hacienda de San Diego
- Templo de San Antonio de Padua

Esto conjuga un corredor de traslado y se brindan los servicios de hospedaje y alimentación, en el cual se ofrece platillos locales y antojitos mexicanos, contando con un buen servicio de hospedaje la localidad se encuentra con infraestructura urbana con enfoque turístico, además de que cuenta la localidad con un buen centro

de salud para la atención del turismo, también cuenta con varios eventos con gran presencia en el estado siendo siempre abarrotados, cuenta también con eventos deportivos, de aventura y cultura además de que cuentan con turismo semanalmente. Estos dos pueblos te cautivaran por ser pueblos en las faldas de la Sierra Occidental cubierta de bosques de coníferas, con enormes extensiones de pastizales nativos en los valles que lo rodean. Aquí, los majestuosos espacios abiertos son un deleite. Casas Grandes fue poblado fue fundado en 1661, con la construcción de la Misión Franciscana de San Antonio de Padua y cuenta con imagen institucional.

Batopilas:

Batopilas es un pueblo mágico que resguarda historia, cultura y naturaleza que ofrece diferentes centros turísticos como:

- Mercados artesanales.
- Miradores.
- Puente de la bufa.
- Misión Santo Ángel custodio.
- Plaza principal y casonas antiguas.
- Ríos, arroyos y cascadas.
- Mesa del yerbaniz.
- Vestigios de la hacienda san Miguel.
- Mina del cerro colorado.
- Observación de aves.

Todo esto conforma un corredor de traslado, donde se ofrecen distintas actividades y productos turísticos, desde la calle principal donde puedes encontrar artesanías, alimentación, y hoteles con una antigua elegancia inigualables. Corredor diseñado especialmente como atracción turística, como se puede observar en la arquitectura y colorimetría en cada una de las casas y comercios, se realizan diferentes eventos culturales y deportivos para la atracción del turismo al lugar y cuenta con imagen institucional.

Ocampo (Basaseachi) y Urique (Barrancas del Cobre). Ambas son Unidades Turísticas donde se ofrece alimentación y hospedaje, hay que mencionar que en Urique Se realiza el Ultramaraton de Las Barrancas.

El análisis interno:

- La oferta turística: Se entiende que Madera pertenece a la zona sierra madre occidental de Chihuahua, que ofrece un sin fin de atracciones turísticas y arqueológicas sin explotar, como lo son:
- Torre la chinaca.
- Casa colorada.
- Misión tres ojitos.
- Presa peñitas.
- 40 casas.
- Barranca el Embudo.
- Cascada el salto.

- Rancho la manga.
- Balneario Huapoca.
- Puente colgante Huapoca.
- Cueva grande.
- Puente colgante Sirupa.
- Aguas termales Sirupa.
- Apacharías Sirupa.
- Rancherías Sirupa.
- Pleamar.
- Cueva de la serpiente.
- Santuario de la cotorra serrana.
- Parque de reserva Campo Vere.
- Co-catedral de la diócesis Cuauhtémoc Madera.

En este municipio de Chihuahua se cuenta con muchas zonas arqueológicas y turísticas inigualables, donde se pueden observar paisajes maravillosos, con una gran problema para el municipio, no se cuenta con una infraestructura turística, por lo tanto no se puede plantear como un destino turístico para más de 500 personas, ya que los servicios hoteleros cuentan con un total de 500 camas disponibles, esto afectando el potencial turístico que Madera podría llegar a ser, el servicio de restaurantería es un poco deficiente, ya que si, se cuenta con una cantidad buena de restaurantes pero en su mayoría, manejan horarios establecidos a no más de las 8:00 pm y con días de descanso, esto afectando al turista. En términos de salud, no se cuenta con un hospital con médicos especialistas, esto afectando considerablemente no solo a los turistas que pudieran tener un percance, sino a la población entera y el desarrollo económico del municipio, en Madera no se cuenta con actividades para ofrecer al turista, como tours guiados para las zonas arqueológicas, como tampoco actividades que hacer para después de llegar de los lugares turísticos y quieran realizar una actividad externa. En Madera hay varios productos típicos de la región, como lo es el sotol, la famosa trucha arcoíris y la carne seca de la región, para cumplir ese gusto culinario a cada visitante, así mismo también ofrece artesanías de la región elaborados por la Etnia Pima, en Madera se hace un desfile tradicional del burrito sotolero, donde todos los fabricantes de la región se juntan y van obsequiando sotol a todos los espectadores, esto se vuelve una de las festividades importantes del Municipio, Culturalmente se celebra el acto heroico del 23 de septiembre, también se ofrecen distintas actividades y eventos turísticos como lo son rutas todo terreno, carreras de ciclismo, torneos de pesca, Rally Chihuahua Express, entre otros. La Ciudad cuenta con una oferta académica baja, se ofrecen diferentes carreras las cuales no son enfocadas al 100% a lo que puede desarrollar la economía de este lugar, sería de vital importancia tener una carrera enfocada en el turismo, esto con el fin de poder hacer que el desarrollo del turismo en Madera sea exitoso y poder convertir Madera en uno de los destinos turísticos más importantes del estado y cuenta con pista área.

- La demanda turística: Del Municipio de Madera recibió el 2023 a 28643 Turistas con un promedio de dos noches, creando una derrama económica capturada mayormente en la cabecera municipal en Cd. Madera y zonas cercanas, donde el dinero se concentró en alimentos, hospedaje y combustibles, la motivación de viajar a esta localidad fue el Turismo de Aventura, Deportivo, Descanso, Familiar, Arqueológico y de Naturaleza.

FORMATO DE INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

Tipos de Recursos		Recursos	Nombre	Entidad
NATURALES	√	Vistas	Torre la Chinaca	Madera, Chihuahua
		Ríos	Casa Colorada	Casa Colorada, Madera
			Puente colgante huapoca Puente colgante Sirupa	Conjunto Huapoca Sirupa, Madera
	√	Lagunas	Presa peñitas	Madera, Chihuahua
	√	Cascadas	Cascada el salto	Madera, Chihuahua
	√	Barrancas	Barranca el embudo	Madera, Chihuahua
	√	Aguas termales	Aguas termales Sirupa Balneario Huapoca	Sirupa, Madera Conjunto Huapoca
	√	Zonas protegidas	Santuario de la cotorra Serrana	Ej. Socorro Rivera
	√	Bosque	Rancho la Manga	Ej. El Largo Maderal
HISTORICO Y MONUMENTAL	√	Edificios históricos	Pleamar Catedral Madera	Madera, Chihuahua Madera, Chihuahua
	√	Arqueología	40 casas Cueva grande Cueva de la serpiente Apacherías Sirupa Rancherías Sirupa	Madera, Chihuahua Conjunto Huapoca Conjunto Huapoca Sirupa, Madera Sirupa, Madera
	√	Arquitectura	Misión 3 ojitos	Ej. Tres ojitos
	√	Artesanías	Alfarería PIMA Productos de Madera	Madera, Chihuahua Madera, Chihuahua
CULTURAL	√	Tradiciones	29 de Junio, fiestas patronales 23 de Septiembre conmemoración asalto al cuartel	Madera, Chihuahua Madera, Chihuahua
	√	Gastronomía	Sotol artesanal de la región Carne seca de la región Trucha arcoíris	Madera, Chihuahua Madera, Chihuahua Madera, Chihuahua
	√	Aventura	Ruta Sierra Pima Ruta Osos negros Ruta de la Piña Pinochos MC	Madera, Chihuahua Madera, Chihuahua Madera, Chihuahua Madera, Chihuahua
EVENTOS TURÍSTICOS	√	Deportivos	Peñitas extream Chinaca Adventure Torneo la Esmeralda	Madera, Chihuahua Madera, Chihuahua Madera, Chihuahua
	√	Observacion	Cotorra Serrana Campo Verde	Ej. Socorro Rivera Ej. Socorro Rivera
	√	Senderismo	Ruta del Hongo	Madera, Chihuahua

FICHA DE INVENTARIO Y EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA

TIPO DE INFRAESTRUCTURA	CARACTERÍSTICAS			EVALUACIÓN
VIALIDAD	Red nacional: Se cuenta con carretera hasta llegar a la ciudad. Red local: Se cuenta con carreteras a localidades del municipio Red urbana: Se cuenta con calles pavimentadas	Asf ☒	S/Asf ☒	☐ Red en optimas condiciones. ☐ Red en buen estado, en su mayor parte. ☒ Red en regular estado, que requiere mejoras. ☐ Red en mal estado. ☐ Otras:
ASF: ASFALTADA S/ASF: SIN ASFALTAR	En construcción:			
COMUNICACIONES Y TRANSPORTE	☐ Central de camiones. Nombre: Estrella Blanca Localización: Calle 5ta y mina Col. Centro Distancia desde la capital del municipio kms: 280 Capacidad (camión/horas): 5 horas Otras características:			☐ Amplia capacidad e instalaciones en buen estado. ☒ Suficiente capacidad, pero necesidad de mejora. ☐ Insuficiente capacidad, pero instalaciones en buen estado. ☐ Insuficiente capacidad, e instalaciones en mal estado. ☐ Otras:
RED DE AGUA POTABLE	Fuente de abastecimiento: 5 fuentes Cobertura de red urbana (%): 5% Cobertura de red rural (%): 95% Capacidad de suministro: 98% Regularidad de suministro: 24/7 Problemática principal: No se abastece el agua a los lugares altos Otras características: Ampliación de red			Amplia cobertura y eficaz suministro. ☒ Suficiente cobertura, pero necesidad de mejorar el suministro. Insuficiente cobertura, pero adecuado suministro. Insuficiente cobertura y suministro. Otras:
	Proyectos previstos: Construir tanques de abastecimiento para lugares altos.			
RED DE SANEAMIENTO	Cobertura red urbana de alcantarillado (%) 80% Sistema de recolección de aguas negras: Se recolectan todas en lagunas. Existencia en plantas de tratamiento: No existen Problemática principal: La inexistencia de planta de tratamiento y la recolección de agua en lagunas. Otras características:			Amplia cobertura en la red Suficiente cobertura ☒ Suficiente cobertura, pero susceptible de mejora. Insuficiente cobertura Otras:
	Proyectos previstos: Construir planta de tratamiento.			

ELECTRICIDAD	Fuente de abastecimiento: Thermoelectrica Cobertura de suministro eléctrico: De Madera hasta Matachic, Nahuerachi, Tres ojitos, Gómez Farias Cobertura de red urbana (%): 0% Cobertura de red rural (%): 100% Problemática principal: Tener que subir cuchillas Otras características:	Amplia cobertura y eficaz suministro. √ Suficiente cobertura, pero necesidad de mejorar el suministro. Insuficiente cobertura, pero adecuado suministro. Insuficiente cobertura y suministro. Otras:
	Proyectos previstos: Mejorar el alumbrado público.	
TELÉFONOS	Numero de centrales telefónicas: Cobertura de red urbana (%): Cobertura de red rural (%): Problemática principal: Otras características:	√ Amplia cobertura en la red √ Suficiente cobertura √ Suficiente cobertura, pero susceptible de mejora. √ Insuficiente cobertura √ Otras:
	Proyectos previstos:	
RECOLECCIÓN DE BASURA	Tipo de servicio: Recolección Regularidad del servicio: 1 vez semanal Cobertura (%) 100% Localización del contenedor: Salida a Nuevo Madera Problemática: Falta mas cupo en el establecimiento Otras características:	Prestación optima del servicio. √ Prestación satisfactoria. Prestación insuficiente. Prestación muy deficiente. Otras:
	Proyectos previstos:	



FICHA DE INVENTARIO Y DE EQUIPAMIENTO				
				
TIPO DE EQUIPAMIENTOS	CARACTERÍSTICAS	NO. DE INSTALACIONES	NO. DEL EQUIPAMIENTO	LOCALIZACIÓN
CULTURAL	☒ Museos	2	4	Ciudad Madera
	☐ Teatros			
	☐ Auditorios			
	☒ Centros de conferencias o ferias	1	4	Ciudad Madera
EDUCATIVOS	☒ Casa de la cultura.	1	4	Ciudad Madera
	☐ Otros:.....			
	☒ Universidades	3	4	Ciudad Madera
	☐ Escuelas de hotelería y turismo			
RECREATIVOS	☐ Escuelas de oficios			
	☐ Otros:.....			
	☒ Parques	4	4	Ciudad Madera
	☐ Jardines			
DEPORTIVOS	☒ Plazas	2	4	Ciudad Madera
	☐ Paseos			
	☐ Otros:.....			
	☒ Campos deportivos	5	4	Ciudad Madera
ASISTENCIALES	☒ Canchas	5	4	Ciudad Madera
	☐ Clube's deportivos			
	☐ Otros:.....			
	☒ Hospitales	1	2	Ciudad Madera
Otros equipamientos de apoyo al turismo	☒ Centros de salud	1	2	Ciudad Madera
	☒ Ambulatorios	1	1	Ciudad Madera
	☒ Otros: Consultorios	6	2	Ciudad Madera
				

ANALISIS PUNTOS FUERTES Y DEBILES DEL MUNICIPIO DE MADERA

ASPECTOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
En relación a los RECURSOS TURISTICOS	• Amplia variedad de recursos naturales: Bosques, ríos, etc. • Esplendidas zonas arqueológicas, y reservas naturales con fauna endémica. • Importantes monumentos y hechos históricos. • La amabilidad y hospitalidad de la gente. • Ricas atracciones culturales como la Etnia Pima. • Artesanía singular y productos endémicos como el Sotol y la Trucha.	• Contaminación en algunos ríos. • Proceso de deforestación del bosque. • Deterioro y abandono de los edificios históricos. • Problemas sociales (violencia). • Basura en centro urbano y rural.
En relación a los SERVICIOS TURISTICOS	• Cabañas en un paisaje natural de bosque. • Amplia oferta gastronómica. • Buenos eventos de aventura y deportivos. • Ambiente tranquilo en los lugares turísticos.	• Pocos hoteles y restaurantes de baja capacidad. • Carencia de actividades deportivas y recreativas. • Transporte público deficiente. • Personal poco capacitado.
En relación a la INFRAESTRUCTURA	• Carreteras Estatales en buen estado. • Suficiente suministro eléctrico. • Suficiente de agua potable. • Telefonía fija y celular. • Internet banda ancha y satelital. • Pista de aterrizaje de gran envergadura.	• Necesidades de mejorar los accesos a las áreas naturales. • Problemas de abastecimiento de agua. • Falta de alcantarillado. • No cuenta con infraestructura urbana y de atracción anzuelo con enfoque turístico ni imagen institucional turística y atención medica limitada.

En relación a la DEMANDA	• Gran cantidad de turistas que vienen atraídos por la naturaleza. • Turistas en su mayoría de nivel socio - económico media y alto.	• Solo duermen en promedio una o dos noches en el municipio. • Bajo nivel de satisfacción del turista actual por los servicios.
--------------------------	---	--

ANALISIS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS PARA EL MUNICIPIO

ASPECTOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
TENDENCIAS GENERALES DEL TURISMO	• Preferencia por destinos accesibles. • Vacaciones hechas a la medida en viajes individuales. • Viajes de aventura y de experiencia cultural. • Buscar el contacto con la naturaleza. • Aumenta la demanda por servicios turísticos diferentes e innovadores • Hospedarse cerca o entre la naturaleza.	• Viajes breves de pocos días. • Mayor exigencia en la calidad de las instalaciones. • Mayor exigencia en la conservación del medio ambiente. • Viajeros muy especializados que saben lo que quieren.
EL TURISMO ESTATAL Y SUS PRIORIDADES	• Expansión del turismo. • Aumento de los ingresos por turismo. • Favorecer el ecoturismo. • Programas de ayuda al turismo local. • Apoyo a las tradiciones y valores culturales.	• Turista con bajo nivel de gasto. • Predominio de turistas en viaje organizado. • Quejas por las deficiencias en la infraestructura. • Imagen de un destino inseguro.
LA COMPETENCIA	• Tenemos zonas arqueológicas y Santuarios naturales. • Tenemos espacios naturales vírgenes. • Hemos conservado nuestros valores culturales.	• Proximidad a destinos con más experiencia turística. • Municipios vecinos con mejor equipamiento turístico.

EL MARCO LEGAL	• Existe una estrategia turística a nivel nacional. • Somos una zona prioritaria de desarrollo turístico. • Apoyo progresivo al desarrollo turístico municipal. • impulso a la participación ciudadana. • Apertura a las inversiones turísticas.	• Escaso apoyo a los pequeños empresarios • Escasa competencia local en turismo. • Bajo presupuesto municipal para inversionistas en turismo.
------------------------------	--	---

El Diagnóstico nos arroja que tenemos un gran potencial de centros turísticos tanto de naturaleza, Santuario de la Cotorra Serrana, Campo Verde como parque de conservación y zonas arqueológicas para ofrecer. al igual ofrece eventos para disfrutar, Cuenta con la cultura Maderense y la Cultura Pima pero cuenta con pocos espacios para brindar alimentación y hospedaje, en alimentos tiene un horario acotado, además que no tiene productos turísticos, carece el personal que atiende al turismo de nivel académico superior y falta del idioma inglés, **pero algo importantísimo falta de infraestructura urbana e infraestructura de tipo anzuelo para atraer al turista y necesita mejorar el sistema de salud para atender al turista.** Pero sin lugar a dudas el Municipio de Madera tiene gran potencial de ofrecer turismo de Aventura, Senderismo, Observación, Deportivos, Descanso, Arqueológico y Cultural por lo tanto lo que podemos mejorar y aprovechar:

PODEMOS APROVECHAR	DEBEMOS MEJORAR
✓ Los turistas que buscan la naturaleza ✓ Ecoturistas. ✓ La gente joven que les gusta hacer deportes y excursiones. ✓ Los que gustan de las zonas arqueológicas o los aficionados a ellas. ✓ Los amantes de las aves. ✓ Quienes buscan un lugar tranquilo para descansar. ✓ La gente que les atraen las culturas indígenas.	• Infraestructura urbana con enfoque turístico • Infraestructura turística atrayente (anzuelo) • La oferta de alojamiento • La oferta de alimentos • Los servicios de agua, electricidad y teléfono. • Las condiciones sanitarias-medicas. • La formación del personal turístico. • La promoción turística municipal. • Las competencias municipales en turismo.



Elaboración de Estrategia

La estrategia turística sirve para encontrar el camino o la alternativa que mejor ajuste a las características de la oferta y necesidades de la demanda.

Esto puede lograrse:

Adaptando la oferta turística a las exigencias de la demanda, es decir, conociendo bien el tipo de turistas que nos visitan y preparándonos para darle lo que buscan.

Objetivos Estratégicos:

1. Buscar una gestión efectiva y de diseño atractivo tanto del Plan integral-maestro, Infraestructura, Eventos y Proyectos productivos para evocar los recursos.
2. Elaboración de proyecto de Infraestructura urbana con enfoque turístico y proyecto anzuelo.
3. Capacitación del personal turístico adecuada y permanente.
4. Buscar aumentar la oferta turística de alojamiento.
5. Promoción y comercialización del Municipio adecuada y permanente.
6. Hacer compatible el desarrollo turístico con la conservación del Ecosistema y la carga turística adecuada.
7. Gestionar y coordinar con las autoridades de los tres niveles de gobierno en materia, Económica, Salud, Urbanización, Ambiental y Seguridad.
8. Colaboración y Asesoría Interinstitucional.
9. Implantación de la educación profesional en materia Turística.
10. Implementar la imagen-marca Institucional del Municipio.
11. Desarrollar proyectos de infraestructura urbana con enfoque turístico y proyecto anzuelo para ser competitivos.
12. Atraer e incentivar la inversión pública y privada necesaria.
13. Aprovechar los recursos naturales y culturales del Municipio.
14. Asumir las competencias de fomento y control de turismo en nuestro municipio.
15. Atraer nuevos mercados.
16. Ampliar fuentes de financiamiento destinadas al desarrollo turístico.
17. Ejecución de las inversiones necesarias.
18. Creación y puesta en marcha de un organismo encargado de la supervisión y promoción del Turismo.
19. Desarrollar Productos turísticos de Aventura, Senderismo, Observación, Deportivos, Descanso, Arqueológico y Cultural.

Objetivos Estratégicos	
A corto plazo	a. Buscar una gestión efectiva y de diseño atractivo tanto del Plan integral-maestro, Infraestructura, Eventos y Proyectos productivos para evocar los recursos. b. Elaboración de proyecto de Infraestructura urbana con enfoque turístico y proyecto anzuelo. c. Aprovechar los recursos naturales y culturales del municipio. d. Hacer compatible el desarrollo turístico con la conservación del Ecosistema y la carga turística adecuada a la oferta turística. e. Capacitación del personal turístico adecuada y permanente. f. Promoción y comercialización del Municipio como destino turístico adecuada y permanente. g. Desarrollar proyectos de infraestructura urbana con enfoque turístico y proyecto anzuelo para ser competitivos. h. Asumir las competencias de fomento y control de turismo en nuestro municipio. i. Implementar la imagen-marca Institucional del Municipio. j. Reactivación de pista de aterrizaje y mejoramiento de carreteras.
A mediano plazo	a. Buscar aumentar la oferta turística de alojamiento. b. Implementación de la educación profesional en materia Turística. c. Atraer e incentivar la inversión pública y privada necesaria. d. Gestionar y coordinar con las autoridades de los tres niveles de gobierno en materia, Económica, Salud, Urbanización, Ambiental y Seguridad. e. Atraer nuevos mercados.
A largo plazo	a. Ampliar las fuentes de financiamiento destinadas al desarrollo turístico. b. Ejecución de las inversiones necesarias. c. Creación y puesta en marcha de un organismo encargado de la supervisión y promoción del turismo en el Municipio.

OPORTUNIDADES:

- O1** Preferencia por destinos accesibles.
- O2** Viajes de aventura y de experiencia cultural.
- O3** Aumento de los ingresos por turismo.
- O4** Tenemos zonas arqueológicas y Santuarios naturales.
- O5** Apoyo progresivo al desarrollo turístico municipal.

AMENAZAS:

- A1** Viajes breves de pocos días.
- A2** Mayor exigencia en la conservación del medio ambiente.
- A3** Quejas por las deficiencias en la infraestructura.
- A4** Imagen de un destino inseguro.
- A5** Municipios con mejor equipamiento turístico y con más experiencia turística.

FORTALEZAS:

- F1** Amplia variedad de recursos naturales: Bosques, ríos, etc.
- F2** Esplendidas zonas arqueológicas, y reservas naturales con fauna endémica.
- F3** Ricas atracciones culturales como la Etnia Pima.
- F4** Buenos eventos de aventura y deportivos.
- F5** Gran cantidad de turistas que vienen atraídos por la naturaleza.

DEBILIDADES:

- D1** Contaminación en algunos ríos y proceso de deforestación del bosque.
- D2** Basura en centro urbano y rural.
- D3** Pocos hoteles y restaurantes de baja capacidad y personal poco capacitado.
- D4** No cuenta con infraestructura urbana y de atracción anzuelo con enfoque turístico ni imagen institucional turística.
- D5** Bajo nivel de satisfacción del turista actual por los servicios.

ESTRATEGIAS:

- E1** Buscar una gestión efectiva y de diseño atractivo tanto del Plan integral-maestro, Infraestructura, Eventos y Proyectos productivos para evocar los recursos.
- E2** Elaboración de proyecto de Infraestructura urbana con enfoque turístico y proyecto anzuelo.
- E3** Aprovechar los recursos naturales y culturales del municipio.
- E4** Hacer compatible el desarrollo turístico con la conservación del Ecosistema y la carga turística adecuada a la oferta turística.
- E5** Capacitación del personal turístico adecuada y permanente.
- E6** Promoción y comercialización del Municipio como destino turístico adecuada y permanente.
- E7** Desarrollar proyectos de infraestructura urbana con enfoque turístico y proyecto anzuelo para ser competitivos.
- E8** Asumir las competencias de fomento y control de turismo en nuestro Municipio.
- E9** Implementar la imagen-marca Institucional del Municipio.
- E10** Reactivación de pista de aterrizaje y mejoramiento de carreteras.
- E11** Buscar aumentar la oferta turística de alojamiento.
- E12** Implementación de la educación profesional en materia Turística.
- E13** Atraer e incentivar la inversión pública y privada necesaria.
- E14** Gestionar y coordinar con las autoridades de los tres niveles de gobierno en materia, Económica, Salud, Urbanización, Ambiental y Seguridad.
- E15** Atraer nuevos mercados.
- E16** Ampliar las fuentes de financiamiento destinadas al desarrollo turístico.
- E17** Ejecución de las inversiones necesarias.
- E18** Creación y puesta en marcha de un organismo encargado de la supervisión y promoción del turismo en el Municipio.

		DEBILIDADES					FORTALEZAS				
		D1	D2	D3	D4	D5	F1	F2	F3	F4	F5
AMENAZAS	A5	E4, E11									
	A4		E14, E6								
	A3			E11, E5, E7							
	A2				E7, E4						
	A1					E12, E5, E8					
OPORTUNIDADES	O5						E3, E14				
	O4							E1, E3, E6, E9, E16			
	O3								E6, E3, E13, E11, E13, E16, E17		
	O2									E5, E6, E9, E8.E9, E14E	
	O1										E3, E6, E14

El Municipio y los productos turísticos

El producto turístico es la combinación de los recursos y servicios turísticos, preparados para satisfacer las necesidades de clientes. El éxito de la estrategia que se ha diseñado, depende de:

- La habilidad para elegir el tipo de turistas que conviene y que queremos atraer.
- Ofrecer un producto turístico que pueda satisfacer a esos clientes.

Es condición indispensable, garantizar mediante estudios de impacto ambiental y social, que el desarrollo de los productos turísticos favorece el cumplimiento de estos objetivos

El producto turístico se entiende como una promesa de uso y disfrute de nuestra oferta turística, adaptada a las experiencias que buscan los clientes. Decimos promesa, puesto que el consumo del producto no es inmediato, tiene lugar más tarde, cuando el cliente inicia sus vacaciones y se desplaza hasta nosotros para conocer lo que ha comprado y hacer uso de ello.

Ya no se puede hablar de un único negocio turístico y los componentes de la industria turística de un destino se han de combinar de diferentes maneras para formar *productos específicos* que respondan a las demandas de diferentes mercados y segmentos. La elección de una mezcla de productos/mercados se ha convertido en una decisión estratégica para los destinos y condicionara su posicionamiento. Como los turistas comparten ciertos espacios, servicios y equipamientos los productos/mercados escogidos deberán ser compatibles (en el tiempo y/o en el espacio).

De acuerdo a las preferencias y motivaciones que han mostrado los turistas actuales dentro del Municipio son: **de Aventura, Senderismo, Observación, Deportivos, Descanso, Arqueológico y Cultural.**

Líneas en la Conformación de Productos Turísticos dentro del Municipio de Madera.

- El producto turístico debe ser una manifestación de la identidad cultural, de lo contrario pierde su principal riqueza.
- El producto turístico es una carta de presentación al cliente, debe ser capaz de expresar como somos y de transmitir lo mejor.
- Los productos turísticos deben ser fieles, asimismo, por eso los paisajes, la gastronomía, las costumbres, la arquitectura deben ser respetados.
- Los productos turísticos deben destacar la singularidad.
- Los productos turísticos deben respetar el medio ambiental en apoyo de la sustentabilidad.
- Los productos turísticos deben apoyarse en la diversidad, no solo ambientalmente como es hoy en día es la moda, sino también social y cultural.
- Los productos turísticos deben tener un centro de recepción turística, donde se esté dando todos los datos, guías, ubicación de cómo llegar y acceso a un lugar.
- Los productos turísticos deben captar la demanda no solo nacional sino internacionalmente, esto con un valor agregado a cada uno, diferenciándose siempre de la competencia.
- Los productos turísticos deben de ser responsables e incluyentes.
- Los productos turísticos deben de realizar actividades para la interacción de los visitantes, así como tener lugares de acceso para comida y también para actividades (área de acampar, corredor, artesanías, área de comidas etc.)
- Los productos turísticos artesanales locales deben involucrar a las comunidades locales en la producción y ventas de artesanías.
- Los productos turísticos deben también contar con campañas de promoción y marketing para darse a conocer a los turistas de fuera y promover el turismo en el Municipio de Madera.
- Los productos turísticos de gastronomía tradicional deben ajustar sus horarios a la

comodidad de los turistas e involucrar platillos tradicionales del Municipio para darlos conocer.

El Municipio velará que los productos turísticos en su elaboración y puesta en marcha contemplen mejorar el entorno, conservar los recursos turísticos que exista o se cree los equipamientos e infraestructuras necesarios para desarrollarlos. Además, el Municipio deberá favorecer la participación del sector privado y apoyar sus iniciativas, supervisando la gestión privada de los productos turísticos e impulsando:

Hoteles.

Empresas de servicios turísticos, (guías, monitores deportivos, organización de paseos y excursiones, alquiler de equipos deportivos, etc.).

Empresas de transportes.

Comercio, artesanía, productos endémicos etc.

Eventos turísticos.

Infraestructura urbana con enfoque turístico.

Es necesario plantear productos reales y no imaginarios para lo cual debemos tener en cuenta lo siguiente.

¿Cuánto cuesta poner en marcha un producto turístico?

¿Son viables nuestros productos turísticos?

¿Cuáles son las ventajas y desventajas para el desarrollo del producto?

¿Cuáles son los impactos ambientales y sociales?

¿Los productos turísticos reflejan nuestra identidad?

Comercialización: como Destino turístico del Municipio de Madera

Es necesario que el Municipio entienda la posición del intermediario dentro de los canales del mercadeo, que favorece la comercialización de los productos turísticos, identificando mercados propicios para la comercialización y al mismo tiempo productos adecuados para los segmentos de mercado que desea conquistar, por esa razón es que la comercialización es importante por las siguientes razones:

Primero. - Dando a conocer el destino turístico y su oferta a los posibles clientes. Mediante la promoción nuestro producto puede ser conocido y por tanto deseado. Estará de este modo en condiciones de llegar a un mayor número de personas y de influir en sus decisiones de compra.

Segundo. - Facilitando a las posibles clientes, la información detallada sobre la oferta turística existente

Cuando un posible turista se interesa en nuestra oferta turística el siguiente paso es que pueda encontrar más información en cualquier agencia de viajes en internet o redes sociales. Solo así, podrá tomar la decisión definitiva de visitarnos.

Para entender el proceso de comercialización es necesario no perder de vista lo siguiente:

Comercialización

La comercialización



Es la relación entre productores y consumidores con el propósito de vender productos turísticos

EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN:

¿Quién vende?



Sector Público



Sector Privado

¿Qué se vende?



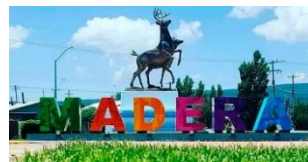
Los Productos Turísticos

¿A quién se vende?



A los turistas potenciales

¿Cómo se vende?



La imagen del producto

Las operaciones de comercialización dependen tanto de la administración pública y del sector privado y su responsabilidad es diferente:

- Administración Pública, responde por la promoción turística, debe contribuir de forma decidida en la difusión de los productos y destinos turísticos.
- Sector Privado, cumple funciones de prestador de servicios de forma directa o de intermediario.

Comercialización sector publico

La promoción turística forma parte de las responsabilidades de la administración pública ya que requiere de un esfuerzo económico significativo. Este tipo de promoción turística nacional e internacional, representa un paraguas bajo el cual se cobijan los pequeños destinos locales.

Es lógico, que ninguna administración Municipal pueda hacerse cargo de una labor de promoción. Depende de una voluntad política a nivel Municipal y de un amplio presupuesto destinado a:

- Campanas de promoción en los principales mercados turísticos.
- Participación en ferias regionales, nacionales e internacionales.
- Organización de encuentros de empresarios locales y tour operadores.
- invitaciones a inversionistas, agencias de viajes y prensa especializada.

Otra función clave de la administración Municipal es coordinar las acciones necesarias con los empresarios, para lograr el objetivo común de atraer más turistas hacia el Municipio.

La Administración Municipal en la promoción turística

Es preciso señalar cuál es la responsabilidad del Municipio en la promoción, desde la administración local, lo cual consiste en:

- Preparar productos turísticos diferentes y atractivos, para centrar el esfuerzo en darlos a conocer.
- Ofrecer el máximo de información a los turistas en el propio destino, tanto a su llegada al país (extranjero) como al local al encontrarse en nuestro Municipio. Las oficinas de información turística son esenciales.
- Transmitir un mensaje a los posibles clientes con todo lo que necesitan saber para tomar una decisión, a través de sencillos folletos o material publicitario.
- Coordinar acciones con la administración federal, para que nuestra promoción se

enmarque en las prioridades turísticas a nivel nacional y estatal.

- Mantener una estrecha colaboración con el sector empresarial, para asegurar la coherencia entre la promoción de los productos turísticos y la fiabilidad de los servicios prestados.
- Conocer las canales de comercialización a nuestro alcance y mantener una buena relación con ellos, para dar a conocer nuestros productos.
- Conocer a nuestros clientes, sus motivaciones de viajes y sus preferencias, para hacer una promoción efectiva, capaz de influir en sus decisiones de viaje.

Canales de comercialización y el sector privado

Los canales de comercialización, también se conocen como canales de distribución. En el turismo como en cualquier otra empresa, los productos deben llegar al cliente, esta operación es lo que todos llamamos distribución.

Sin embargo, en turismo la distribución es diferente.

- Llevar el producto hasta el consumidor.
- Recibir información de los servicios en el lugar elegido

Entonces los canales de comercialización son los medios para facilitar el contacto entre el productor turístico y el cliente, para efectuar la venta de/ servicio.

El servicio de venta que realizan las canales de comercialización, puede ser en forma directa o indirecta:

- Directa es cuando, el productor y cliente se ponen en contacto sin intermediarios, y la venta del servicio se realiza de forma inmediata.
- Indirecta, cuando entre productor turístico y cliente existen intermediarios, ejemplo, las agencias de viajes.

¿Cómo vender a Madera como destino Turístico?

Sabemos, por tanto, que es preciso crear uno o varios productos turísticos, donde se combinen los recursos turísticos, los servicios y las actividades que se puedan realizar en nuestro Municipio, y que esta oferta turística debe estar ajustada a la medida de las preferencias y necesidades de ciertos clientes, para facilitar su venta y lograr el tipo de turismo que deseamos.

Tendremos que informar ¿Por qué? para dar a conocer nuestra oferta turística, para despertar interés en los clientes potenciales y para crear la necesidad de viajar, en clientes con los que no contamos.

Tendremos que motivar ¿Por qué? Para que el cliente decida viajar y disfrutar de nuestra oferta turística, para manifestar nuestras ventajas competitivas respecto a otros destinos, para dar respuesta a las necesidades del cliente: de alojamiento, actividades de ocio y recreativas.

Tendremos que provocar acción ¿Por qué? Para que el cliente compre nuestro producto, para que sus expectativas se cumplan, para que repita y recomiende a otros nuestro producto turístico y para que los canales de comercialización vendan nuestro producto.

Fases del Trabajo	Herramientas	Tipo de Publico
Informar	• La marca turística. • Publicidad. • Folleto • Publicaciones (guías turísticas). • Redes sociales	Dirigidos a: • Turistas potenciales. • Público en general. • Intermediarios como las agencias de viaje. • Los tours operadores y operadores locales. • Empresarios locales.
Motivar	• Publicidad (en prensa, radio, correo, audiovisuales, etc.). • Publicaciones (guías turísticas). • Catálogos. • Invitación a representantes de agencias de viaje, operadoras y prensa. • Asistencia a ferias. • Movimiento en rede sociales	Dirigidos a: • Clientes actuales. • Turistas potenciales • Agencias de viaje. • Tour operadores. • Operadores locales. • Empresarios locales.
Provocar acción	• Oficinas de turismo. • Publicaciones (mapas, guías más específicas). • Señalización turística. • Página Web.	Dirigidos a: • Turistas. • Empresarios locales.



Marca Turística

El Municipio debe tener su identificación comercial como destino-producto, para ser recordada con facilidad, el nombre de cada producto va acompañado de un símbolo, con unos colores y un tipo de letra característico.



En turismo se acostumbra a acompañar el símbolo con un mensaje de promoción. Por ejemplo, para el estado de Tlaxcala usa la leyenda: Te Queremos en TLAXCALA, en el estado de Puebla

el mensaje dice: PUEBLA el Estado Ideal, el estado de Jalisco su mensaje es: JALISCO es México.

El Municipio debe crear una marca turística que represente al Municipio como destino turístico, así será más fácil que la gente pueda reconocerlo y recordarlo, y por qué no crear un destino emblemático, esto en función de la identidad cultural y turística. Las funciones de la marca turística son:

- identificar mediante un símbolo, las características de la oferta turística. Puede ser a través de un dibujo que represente algo muy peculiar, muy valioso o emblemático del Municipio.
- Diferenciar su oferta turística de la competencia.
- Representar un nivel de calidad determinado, la marca y su mensaje deben ser fieles a lo que el turista va a encontrar.

- Dotar de personalidad propia a la oferta turística del lugar, como cuando bautizamos a un niño con un nombre.
- identificar a los posibles clientes con el lugar, provocando una reacción de curiosidad, simpatía, atracción, etc.

La posibilidad de llevar a cabo la idea con éxito, está en dar a conocer el Municipio en el mercado turístico. es a través de:

La Publicidad

La publicidad es un instrumento de promoción que consiste entre otras cosas, en contratar mensajes para ser difundidos a través de los medios de comunicación. Su objetivo es llegar a mucha gente e influir en la decisión de compra de nuestros productos.

- Prensa local, periódicos nacionales o internacionales.
- Revistas de viajes.
- Radio o televisión.
- Carteles.
- Internet.
- Redes Sociales

La influencia en este caso, va más allá de nuestro Municipio, puede ser a nivel nacional e internacional, según lo que podemos o queremos pagar.

También está la publicidad en el punto de venta, que se distribuye en el propio destino turístico, como:

- Los posters de paisajes o de monumentos, del lugar.
- Los adhesivos.
- Las fotografías y carteles decorativos, etc.

La publicidad como instrumento de promoción tiene entre sus funciones.

- Transmitir un mensaje al mayor número de gente con un tipo de producto turístico, la marca turística de un destino, las tarifas y precios, etc.
- Difundir las características y ventajas del producto.
- Generar la necesidad de viajar hacia el Municipio, mediante la imagen de un destino del Municipio.
- Facilitar la venta de un producto turístico, proporcionando datos concretos como el

teléfono de contacto, para reservaciones o información general.

- Es importante consultar precios y comparar las ventajas y desventajas de utilizar un medio u otro de comunicación (prensa, radio, etc.).

Los Folletos

Es el recurso de promoción más popular, más accesible y también más atractivo para los clientes. El folleto debe decir mucho con pocas palabras, esto significa que "una buena imagen vale más que mil palabras". El material fotográfico en este caso es fundamental, es la clave del éxito para que el folleto sea de interés para el cliente y no acabe en la basura.

Pero ¡ajo!, las fotografías del folleto deben reflejar lo que realmente va a encontrar el turista en el municipio. De nada nos servirá una imagen engañosa o falsa porque los turistas no son tontos, y cuando se pierde un cliente, se pierden muchos clientes.

Para hacer un buen folleto de promoción del Municipio como destino turístico hay que revisar que se cumplan los siguientes aspectos:

- La portada es lo más importante, tiene que llamar la atención ¡ser impactante!, la primera impresión produce curiosidad y lleva al cliente potencial, interesarse por lo que encontrara en ese lugar.
- Usar la marca turística y colocarla en la portada.
- Mostrar fotografías actuales, bien hechas, hermosas y con gente del lugar, de aspecto simpático y amable.
- Si aparecen turistas retratados, procurar que sean personas con las que se pueda identificar el cliente al que nos dirigimos, y que su apariencia sea alegre y natural.
- Encargarse que el trabajo sea profesional y se tendrá mejores resultados.
- Colocar solo la información que sea útil y de interés, por ejemplo; Los sitios a visitar, las actividades a realizar, el modo y las facilidades para llegar, los tipos de alojamiento disponibles, el número de teléfono de la oficina de turismo y módulos de información.
- Utilizar un papel adecuado, esto es muy importante ya que no elevara demasiado los costos; elegir uno agradable al tacto y con buena presentación.
- Revisar con cuidado los textos, para que no haya errores y algo clave cuando se tenga los folletos no almacenarlos, ponerlos los a circular a distribuirlos inmediatamente.

Las Publicaciones

El material escrito que debe elaborar para dar a conocer la oferta turística del Municipio, puede ser de muchos tipos, entre las publicaciones más utilizadas son:

- Las guías turísticas.
- Los catálogos.
- Los mapas y planos.
- Guías o revistas de eventos y actividades.
- Redes sociales.

Las guías turísticas, son pensadas para explicar en detalle, los recorridos que se pueden hacer en un lugar, para conocerlo a fondo. Las guías turísticas proporcionan información sobre:

- Los sitios de interés natural, cultural, monumental e histórico, que deben visitarse.
- Las formas de llegar y el modo de transporte recomendado.

- Las rutas que se pueden hacer y el tiempo que debe dedicarles.
- Cosas curiosas que ver o hacer.
- La lista de establecimientos para dormir y comer, con las direcciones, los servicios que prestan y los teléfonos de contacto.
- La gastronomía local y platos típicos.
- Y otras recomendaciones para desenvolverse en el sitio.

Normalmente, las guías para informar mejor sobre lugares que empiezan a ser turísticos o que no se conocen bien, la administración local debe dar el primer paso, haciendo su propia guía turística.

Los catálogos, sirven para describir en detalle los productos turísticos, por ejemplo, el catálogo de nuestro municipio presenta varios productos turísticos, como "Rutas de ATV y UTV", y "Ruta de ciclismo", la información en cada caso debe incluir:

- El itinerario, es decir, el recorrido que se hará y los lugares que se visitaran (nombre de los pueblo o ciudades, los parques naturales, etc.).
- Los días de estancia, si es una semana, diez días, quince días, etc.
- El modo de transporte para los desplazamientos (avión, autobús, etc.)
- El tipo de alojamiento que se ofrece y su categoría.
- Las comidas que se incluyen (desayuno, comida y cena) y el tipo (europeo, americano, buffet etc.).
- Las actividades a realizar (excursiones, visitas, deportes, etc.)
- El precio y lo que incluye, etc.

Como en los catálogos se mencionan en muchos casos, los nombres de las empresas que prestaran los servicios, los empresarios locales deben ponerse de acuerdo para contribuir a su publicación.

Los mapas y planos, son básicos para orientar al turista una vez que lo tenemos entre nosotros, no podemos permitir que el turista se arrepienta de la decisión que ha tomado de venir a conocernos, dejándolo solo y desvalido sin saber cómo moverse, es nuestra tarea poner a su disposición un mapa del lugar o lugares en su conjunto, donde aparezcan con claridad:

- Las carreteras (principales, secundarias, terracería o revestidas).
- Las ciudades y pueblos del municipio.
- Los sitios de interés turístico.
- Los servicios que puedan ser de utilidad (centros de salud, información turística, aeropuertos, gasolineras, etc.).

Son recomendables también los planos urbanos de las principales ciudades o pueblos, para que el turista pueda ubicar:

- Los principales monumentos
- Las calles comerciales
- Los hoteles
- Los hospitales o centros de salud, etc.

Es responsabilidad de la administración local, publicar estos mapas y planos, sin embargo, puede hacerlo con la colaboración económica de los empresarios y de otras instituciones de la comunidad.

Las guías de eventos o actividades, en forma de folletos o pequeña revista, puede ser una propuesta interesante; su función es mantener informados no solo a los turistas, sino incluso a la propia comunidad, sobre las actividades culturales, educativas, deportivas o de cualquier otro tipo, que tenga lugar en el Municipio.

Son una magnífica demostración del dinamismo y entusiasmo de la gente del lugar, por organizar iniciativas divertidas e interesantes como:

- Conciertos
- Fiestas populares
- Competencias deportivas, etc.

Y también son una oportunidad para crear un medio de expresión donde se puedan publicar artículos o noticias sobre turismo. Los anunciantes y empresarios pueden contribuir pagando sus espacios de publicidad.

Redes Sociales

Turismo “instagramable” y recuperación. Hoy, más que nunca, es momento de promover los atractivos turísticos de México y las fotografías y las redes sociales son buenas herramientas para ello porque generan el interés de ir a ese lugar. Lo mismo ocurre con las campañas para promocionar un lugar turístico. El marketing digital y, sobre todo, las redes sociales son un canal muy importante a día de hoy en el sector turístico.

Diariamente somos testigos de acciones creativas y exitosas enfocadas a promoción turística. A través de las redes sociales es posible crear una comunidad virtual alrededor de una marca en este caso la marca del Municipio, permitiendo a los usuarios que lo deseen informarse e interaccionar con las publicaciones realizadas por la misma. En este contexto destacan las redes sociales como canales para obtener y difundir información sobre experiencias de viaje, siendo de gran influencia por parte de los turistas a la hora de tomar una decisión de compra. De esta manera, es de interés conocer cómo los destinos turísticos utilizan estas redes sociales para realizar sus estrategias de marketing. Para ello se consideran las variables de «presencia», «engagement» y «tipo de publicaciones» que se miden a través de una serie de indicadores de rendimiento mediante la herramienta de análisis online Fanpage Karma®. Los resultados especifican que cada red social puede ser utilizada para un objetivo en particular. Facebook destaca como la principal red social más completa para la promoción del destino turístico con un mayor número de seguidores. Instagram se convierte en la red social principal para general una mayor interacción con los usuarios mientras Twitter va evolucionando a un canal de noticias y comunicación. Destacar también la importancia del carácter visual de las publicaciones para el ámbito turístico, siendo las que más interacciones suelen generar por esto el Municipio con su potencial turístico no puede prescindir de era de la digitalización.

Viajes de familiarización.

Las invitaciones a los representantes de agencias de viaje, tours operadores y prensa especializada, para que conozcan la oferta turística de nuestro Municipio, son un instrumento decisivo, pues lógicamente no se puede vender lo que no se conoce. Las personas que sean invitadas deben ser expertas o reconocidas en el negocio turístico, y si conseguimos que nos

visiten y se interesen por nuestros recursos turísticos, seguramente contaremos con su apoyo para atraer turistas. Cuando se realice las invitaciones, se evitará mezclar la presencia de agentes de viajes, con periodistas o tour operadores, cada uno de ellos requiere un trato por separado porque sus intereses son diferentes.

Para llevar a cabo esta acción de promoción y obtener éxito se debe organizar muy bien, teniendo en cuenta lo siguiente:

- Los viajes deben estar preparados con el máximo cuidado y serenidad.
- Diseñar una ruta que le permita a los invitados conocer los recursos turísticos más importantes del Municipio y los servicios que se ofrecen a los visitantes.
- Hacer una selección de las empresas y personas que más le interesen por su influencia en el sector turístico nacional e internacional... no se trata de invitar a todo el mundo, ¡que esto cuesta dinero!
- Preparar un magnífico Programa de Actividades y enviarlo con las invitaciones, esto dará una imagen de organización que es muy recomendable.
- Aprovechar para reunir a sus invitados con los empresarios turísticos locales. De este modo, ellos también podrán beneficiarse de esta forma de contacto.
- Organizar estas invitaciones en temporada baja, cuando los empresarios turísticos locales estarán más dispuestos a colaborar y ofrecer sus servicios de forma gratuita.

Es indispensable, lograr el apoyo económico de los empresarios locales, para realizar una promoción de este tipo. Se debe convencerlos de que cuanta más notoriedad tenga un destino y más turistas lo visiten, más oportunidades de negocio tendrán los empresarios del Municipio, sean del sector turístico o no.

Asistencia a ferias o a eventos turísticos.

La asistencia a ferias turísticas, puede ser de utilidad para promocionar la oferta turística, siempre y cuando se realicen en el propio país, y en algunas veces en el extranjero si se amerita.

Asistir a una feria de turismo, significa entre otras cosas

- Planificar la asistencia con tiempo.
- Contratar el espacio de exposición.
- Diseñar el stand de la exposición.
- Organizar el montaje y los viajes.
- Contar con financiamiento, etc.

La organización de eventos especiales, es también un instrumento de promoción que es muy eficaz. A veces una reunión relevante, un congreso, o una celebración, puede ser capaz de reunir a personas conocidas e importantes, o atraer a mucha gente. Eventos de este tipo pueden ser capaces de captar la atención de los medios de comunicación y lograr con ello, una promoción para el Municipio.

Oficinas de información turística

Este no es un instrumento más de promoción, sino que es el instrumento básico con que debe contar cualquier municipio que pretenda ser turístico. No importa que la Oficina de información Turística sea pequeña y cuente con pocos medios, lo importante es que exista y cumpla su misión.

Misión

- Recibir a los turistas dándoles la bienvenida, y proporcionándoles toda la información que necesiten.
- Poner a su disposición folletos, guías turísticas, mapas, pianos, guías de eventos y actividades, información sobre rutas de viaje, sobre alojamientos, medios de transporte, precios, etc.

Debe tener en cuenta una serie de aspectos claves, para que la labor y funcionamiento de la Oficina de información Turística sea eficaz:

- Contar con un personal amable, de buena presencia y bien preparado (capacitado).
- Ubicar la oficina en un sitio estratégico, el centro o entrada de la ciudad, la estación de autobuses, la entrada a un parque natural, etc.
- Las instalaciones pueden ser pequeñas y sencillas.
- Lo importante es que la oficina sea atractiva y bien distribuida, para organizar de manera cuidadosa y limpia el material informativo.
- Debe ser fácilmente reconocible para el turista, y estar en un lugar visible.

La Señalización Turística

No olvidar nunca, que un turista sin la adecuada información y orientación, es un turista insatisfecho e incómodo. Esto no conviene a ningún municipio turístico, por eso se debe otorgar la prioridad que merece a las labores de señalización en:

- Carreteras.
- Rutas pedestres, ecuestres o de bicicletas.
- En las calles de ciudades y pueblos.

Además, es preciso instalar la señalización turística específica que informe sobre hoteles, monumentos y lugares de interés,

Las campañas de concientización

Es importante educar a la gente sobre la importancia del turista y la actividad misma, y crear una conciencia sobre la importancia de que todos debemos colaborar para lograr los beneficios esperados del turismo, también es necesario, sensibilizar al turista sobre su comportamiento, indicándole la necesidad de respetar el medio ambiente y la vida local.

Ambas cosas pueden hacerse de forma sencilla, repartiendo un pequeño folleto sobre las normas de conducta más importantes tanto para turistas como para residentes, en los lugares estratégicos, hoteles, oficinas de turismo, comercios, monumentos, etc.

Para terminar, recordar que los clientes satisfechos son la mejor promoción, porque recomiendan lo que les ha gustado, a sus amigos y conocidos. Utilizando estas herramientas de forma para obtener un mayor rendimiento y esmerándose en cuidar los recursos turísticos del Municipio y ofreciendo buenos servicios, se estará dando a los turistas aquello que esperan.



Capítulo 6

Plan de actividades del Municipio de Madera

Las acciones del Municipio apuntarán hacia establecer tareas específicas a realizar para el turismo Municipal, y preocuparse por los medios necesarios para su ejecución en marcado lo siguiente:

- Mejorar y conservar los recursos del Municipio.
- Atraer el tipo de turismo que interesa.
- Desarrollar la infraestructura básica.
- Lograr inversiones.
- Elevar el nivel de vida de la población local.
- Consolidar la identidad regional.

Funciones de la Administración Local.

Entre las funciones que debe cumplir el Municipio, para garantizar la puesta en marcha de un buen Programa de Actividades, destacan las siguientes:

- Reglamentación de los usos del suelo, para asegurar la buena relación entre actividades, y el desarrollo controlado de aquellos espacios de uso turístico que interesan al Municipio.
 - Aplicación de normas de diseño y construcción de edificaciones, que regulen la concesión de permisos y licencias de obra, y garanticen que los proyectos se ajustan al estilo local y al tipo de construcción tradicional.
 - Creación de incentivos para la inversión turística privada.
 - Promoción de la actividad turística, haciendo uso de los instrumentos de comercialización a su alcance.
 - Formación y capacitación del personal necesario en el sector de servicios turísticos.
- Funciones del Sector Privado.

- Prestación de servicios turísticos, de alojamiento, de alimentos y bebidas, de transporte, agencias de viajes, atracciones, comercio, entre otras.
- Inversión en infraestructura básica, accesos locales, conexiones a las redes de agua, electricidad, teléfono, tratamiento de aguas residuales.
- Construcción de las instalaciones de servicio turístico.

Es frecuente, que en lugares que recién inician su desarrollo turístico y donde es difícil atraer inversiones privadas, la administración pública (tanto local como estatal y federal), se encargue en una primera etapa de estas inversiones.

Otras alternativas para que el sector privado se anime a invertir son:

- Ofrecer incentivos a los empresarios, como terrenos a muy bajo precio, reducción o exoneración de impuestos, etc.
- Creación de empresas mixtas, públicas y privadas, para realizar las obras necesarias y distribuir los costos entre todos.

ÁREAS DE INTERÉS	ACCIONES	AÑOS				
		1	2	3	4	5
MEDIO- AMBIENTE	1- Hacer compatible el desarrollo turístico con la conservación del Ecosistema y la carga turística adecuada a la oferta turística					
	2- Gestionar y coordinar con las autoridades de los tres niveles de gobierno en materia, Económica, Salud, Urbanización, Ambiental y Seguridad.					
VIALIDAD	3- Elaboración de proyecto de Infraestructura urbana con enfoque turístico y proyecto anzuelo.					
	4- Reactivación de pista de aterrizaje y mejoramiento de carreteras					
COMUNICACIONES Y TRANSPORTES	5- Buscar una gestión efectiva y de diseño atractivo tanto del Plan integral-maestro, Infraestructura, Eventos y Proyectos productivos para avocar los recursos.					
	6- Elaboración de proyecto de Infraestructura urbana con enfoque turístico y proyecto anzuelo.					
INFRAESTRUCTURA BÁSICA	7- Gestionar y coordinar con las autoridades de los tres niveles de gobierno en materia, Económica, Salud, Urbanización, Ambiental y Seguridad.					
	8- Asumir las competencias de fomento y control de turismo en nuestro municipio					
ORDENACIÓN TURÍSTICA	9- Creación y puesta en marcha de un organismo encargado de la supervisión y promoción del turismo en el municipio.					
	10- Gestionar y coordinar con las autoridades de los tres niveles de gobierno en materia, Económica, Salud, Urbanización, Ambiental y Seguridad.					
DESARROLLO URBANO	11- Gestionar y coordinar con las autoridades de los tres niveles de gobierno en materia, Económica, Salud, Urbanización, Ambiental y Seguridad.					
	12- Desarrollar proyectos de infraestructura urbana con enfoque turístico y proyecto anzuelo para ser competitivos					
SERVICIO Y EQUIPAMIENTO TURISTICO	13- Buscar aumentar la oferta turística de alojamiento.					
	14- Atraer e incentivar la inversión pública y privada necesaria.					
	15- Gestionar y coordinar con las autoridades de los tres niveles de gobierno en materia, Económica, Salud, Urbanización, Ambiental y Seguridad.					
	15- Atraer nuevos mercados					
	16- Ampliar las fuentes de financiamiento destinadas al desarrollo turístico.					
	17- Ejecución de las inversiones necesarias					
CULTURA Y PATRIMONIO	18- Aprovechar los recursos naturales y culturales del municipio					
	19- Gestionar y coordinar con las autoridades de los tres niveles de gobierno en materia, Económica, Salud, Urbanización, Ambiental y Seguridad.					
PROMOCIÓN	20- Atraer nuevos mercados					
	21- Implementar la imagen-marca Institucional del Municipio.					
CAPACITACIÓN	22- Promoción y comercialización del Municipio como destino turístico adecuada y permanente.					
	23- Capacitación del personal turístico adecuada y permanente.					
	24- Implementación de la educación profesional en materia Turística.					

Nota. - Plan durante los próximos 15 años con revisión y actualización cada 5

Capítulo 7

Gestión Turística del Municipio de Madera

El Municipio debe ejercer sus funciones. - La administración local debe tener sus propias competencias, si no difícilmente podrá exigir a otros que cumplan con las suyas, o que colaboren. La iniciativa privada no puede ni debe hacerse cargo de atribuciones que pertenecen al gobierno municipal, ejemplo:

- La planificación del turismo.
- La creación de infraestructuras básicas y necesarias para ser competitivos turísticamente.
- La protección del patrimonio natural y cultural.
- La puesta en valor de los recursos turísticos.
- El apoyo y la promoción de la actividad turística.
- La mejora en la calidad de vida de la población.
- La información y la investigación turística.
- La seguridad ciudadana

Los instrumentos de la Gestión serán:

1. Seguimiento y control de las etapas de la planificación turística y de sus resultados.
2. Coordinación entre todos los agentes públicos y sociales.
3. Participación comunitaria.
4. Apoyo al sector empresarial.
5. Mantenimiento y actualización de un sistema de información turística.
6. Formación y Capacitación de los recursos humanos.
7. Control-Gestión de la Calidad.
8. Planeación y Elaboración de proyectos de infraestructura turística.
9. Supervisión de proyectos y productos turísticos tanto públicos como privados.
10. El Financiamiento.

Seguimiento y control

A. Cumplimiento de los Objetivos del Plan. Esta es la confirmación de que nuestro esfuerzo ha merecido la pena y de que hemos actuado correctamente. los objetivos realizados, se deben reflejar en:

- La mejora de la calidad de vida de la población.
- El aumento de los ingresos turismo.
- La ampliación de la oferta de alojamiento, etc.

Si no se cumplen, es que en algo nos hemos equivocado y debemos rectificar a tiempo, allí donde este el fallo.

B. Ejecución del Programa de Actividades. El Programa de Actividades requiere un seguimiento y un control muy estricto para asegurar:

- Los presupuestos necesarios.
- La coordinación entre organismos, públicos y privados.

-Y el cumplimiento de los plazos de ejecución.

De lo contrario, las acciones no podrán realizarse en el momento oportuno y el plan de desarrollo turístico perderá toda efectividad.

C. Evaluación de los impactos del turismo. Debemos asumir el riesgo al que nos enfrentamos si luego de planificar nuestra actividad turística no nos preocupamos de controlar sus efectos. Ya sabemos que cualquier proyecto turístico para ser incluido en el Programa de Actividades debe presentar un estudio de impacto ambiental y socio-económico.

Los indicadores se muestran en la página 77 de anexos.

Coordinación

Depende del gobierno Municipal de mantener una fructífera relación con:

- Las instancias superiores de la administración pública, como secretarías, institutos autónomos, gobierno Federal y Estatal, etc.
- El sector privado, representado por grandes, medianos o pequeños empresarios.

Con la finalidad de lograr gracias a ello con el financiamiento y la ejecución de las obras necesarias en el desarrollo turístico tales como:

- Grandes infraestructuras.
- Equipamientos y servicios, tanto públicos como privados.
- Ordenación del espacio natural y urbano, etc.

Organización Municipal: El desarrollo turístico en el Municipio exige adaptar la organización interna Municipal el reto de ejecutar y gestionar las acciones previstas, al fin y al cabo no olvidemos que la administración local debe ser líder en este proceso de sacar a delante la empresa turística municipal, y como tal, tiene que ser una institución ágil y accesible a todos.

Comisión intermunicipal.

Algunos departamentos o direcciones dentro del Municipio pueden no sentirse implicados en la búsqueda del desarrollo turístico, sin embargo, su aportación es necesaria.

Para motivar a todos los funcionarios municipales en el logro del turismo, puede crearse una comisión o grupo de trabajo que agrupe a representantes de los diferentes departamentos sus funciones serían, principalmente dos:

- intercambio de información.
- Colaboración en el seguimiento de los proyectos.

Comisión de apoyo institucional.

Representa un equipo asesor externo, integrado por miembros destacados y simpatizantes del proyecto de desarrollo Turístico Municipal, dispuestos a apoyarlo con sus relaciones institucionales y personales, por ejemplo:

- importantes empresarios.
- Representantes de firmas comerciales.

- Especialistas reconocidos en turismo.
- Políticos influyentes, etc.
- Autoridades estatales y federales de turismo.

Participación Comunitaria

La participación popular es una parte fundamental en todo el proceso de planeación y por supuesto en la gestión del desarrollo turístico. Fomentar la participación de la comunidad, es necesario para la buena marcha del turismo por las siguientes razones:

- Para que la comunidad comprenda y conozca las ventajas del turismo y sepa que tendrá que dar a cambio.
- Para que intervenga en las decisiones que les afecten.
- Para que los residentes se adapten a la actividad turística y acepten los cambios.
- Para que sepan como beneficiarse del turismo.
- Para evitar tensiones entre comunidad y turistas.

Como responsable turístico Municipal se debe buscar que el turismo y comunidad se integren de forma armoniosa, para ello deben tomarse medidas concretas que favorezcan la participación comunitaria:

Informar a la comunidad:

- Los beneficios y problemas que trae consigo el turismo.
- La importancia del turismo sustentable.

Fomentar una cultura turística:

- Respetar y defender los recursos naturales y culturales que representan la fuente de su desarrollo turístico y su propia identidad.
- Ofrecer un trato amable a los visitantes, ser tolerantes y hospitalarios con gente de lenguas y costumbres diferentes.

Aprovechar las oportunidades que brinda el turismo respecto a:

Nuevos empleos.

Mejores ingresos.

Posibilidades de negocio para pequeños y medianos Empresarios, etc.

Realizar consultas; periódicas a la comunidad, sobre diferentes temas relacionados con el turismo:

- Sus expectativas en relación a la actividad turística.
- Su opinión sobre las obras necesarias para preparar al municipio.
- Su acuerdo sobre aprobación de presupuestos.
- Denuncias sobre problemas ambientales, urbanos, sociales, que puedan afectar al turismo, etc.

Para que se produzca una verdadera participación de la comunidad el gobierno Municipal debe encargarse de satisfacer las siguientes necesidades:

Informar...Educar...Consulta

Para lograr lo que la gráfica nos muestra, tendrá que aplicar programas concretos dirigidos a provocar la participación de la comunidad en el turismo, como las siguientes.

- Convocar reuniones informativas sobre la importancia del turismo.
- Realizar campañas de cultura turística.
- Convocar reuniones y talleres de trabajo entre gobierno local y comunidad.

- Efectuar asambleas públicas y consultas sobre decisiones importantes.
- Dar a conocer las acciones turísticas previstas.
- Publicar artículos o noticias en la prensa sobre acontecimientos turísticos.

Apoyo al Sector Empresarial

Otro pilar que sostiene el desarrollo de la actividad turística, es el empuje de las empresas vinculadas al turismo. Podemos diferenciar entre pequeñas, medianas y grandes empresas; para nuestro Municipio todas son necesarias, ya que cada una aportará su grano de arena para sacar adelante el turismo. Pero las empresas establecidas localmente serán la clave de una economía turística estable y participativa, en la que la distribución de los beneficios pueda llegar a toda la sociedad.

Si el turismo hace el mayor uso posible de los bienes y servicios locales tales como:

- Alimentos
- Materiales de construcción
- Decoración y muebles
- Agencias de viajes,
- Guías turísticos,
- Insumos, etc.

Entonces, el turismo alcanzara el máximo nivel de empleo local posible y tendrá para todos un sentido insustituible, siendo en esa medida atendido y cuidado, por el bien de nuestros propios intereses sin embargo el gobierno Municipal debe encargarse también de motivar a empresarios de fuera, con capacidad de invertir en nuestros proyectos turísticos y que se establezcan localmente.

Para fomentar las inversiones tanto locales como externas, la administración Municipal debe aplicar medidas de apoyo concretas para crear el clima de confianza necesario entre los empresarios, algunas de estas medidas pueden ser las siguientes:

- Apoyar la formación de pequeñas y medianas empresas turísticas, que den un empuje técnico y/o financiero a: Personas con buenas ideas y pocos recursos económicos. Grupos familiares o individuos, con experiencia en distintos oficios, como artesanos, cocineros, carpinteros, hoteleros, campesinos, etc. Jóvenes creativos con ganas de trabajar.
- Contribuir con la organización de cooperativas, que puedan colaborar directa o indirectamente en el turismo, sean de eventos, agrícolas, forestales, artesanales o de otro tipo.
- Simplificar procedimientos administrativos, para estimular a grandes y medianos empresarios del sector turístico.
- Ofrecer incentivos a la inversión turística en nuestro Municipio, por ejemplo: Exoneración de impuestos para un periodo de tiempo, Tierras a más bajo precio, Mano de obra capacitada.
- Crear un fondo de desarrollo turístico con aportaciones públicas y privadas, para apoyar:
 - Pequeñas pero interesantes iniciativas turísticas.
 - Acciones de mejora en las instalaciones.
 - Modernización de empresas turísticas, etc.

- Promover la creación de marcas turísticas que agrupen a las empresas locales, especialmente en el caso de los hoteleros, para promocionar de forma unificada sus servicios, esto será más barato y efectivo.

Sistema de información turística.

Para gestionar como es debido el desarrollo turístico a nivel local, no debe faltar una base de datos que reúna toda la información turística disponible.

Una base de datos, o lo que es igual, un sistema de información turística, es un registro sobre las características, evolución y comportamiento del turismo en nuestro municipio.

El Municipio debe:

Crear el registro de datos turísticos.

Mantener actualizada la información.

Estos datos deben registrarse en el Sistema de información Turística:

Algunos de ellos son:

- Llegadas de turistas: de dónde vienen, porque vienen, que buscan, como son, etc.
- Tipos de alojamiento existentes: número, categorías, prestaciones, nivel de ocupación, etc.
- Servicios turísticos: Tipos de empresas, características, etc.
- Inventario de recursos turísticos: Características y problemática.
- Proyectos turísticos, propuestos o aprobados.
- Ingresos y gastos: Cuanto recibe el Municipio por turismo, de donde provienen los ingresos y cuáles son los gastos corrientes.
- Presupuesto: Partida de inversiones previstas.
- Fondos de cooperación: Ayudas técnicas o financieras a las que podemos recurrir.
- Otros.

El sistema de información será de utilidad para el Municipio para:

- Mejorar el servicio a los visitantes en la Oficina de información Turística.
- Disponer de una fuente de consulta permanente para inversionistas, empresarios, estudiantes y cualquier persona interesada.
- Conocer nuestras posibilidades y apreciar nuestros avances en turismo.
- Tener una información de partida para cualquier estudio o proyecto que sea preciso realizar, como diagnósticos, estudios de mercado, proyectos de promoción turística, etc.
- Detectar problemas y planificar a tiempo las medidas correctoras.

Formación y Capacitación.

Olvidar o descuidar la preparación de quienes están al servicio del turismo, es un error, que se puede pagar con el fracaso del desarrollo turístico, los recursos naturales, culturales e históricos del Municipio, pueden ser únicos y maravillosos, pero si la cara del turismo, es la gente que no muestra un rostro amable, dispuesto a ayudar y capacitado los visitantes no volverán. Es necesario conformar el nuevo rostro del turismo en el Municipio, los funcionarios municipales, los empleados de las empresas turísticas, los empresarios, los campesinos y el ciudadano común, deben estar preparados para hacer lo mejor posible. la buena gestión del turismo, pasa por contar con gente bien capacitada y formada de acuerdo a las tareas que le toca ejercer.

Los funcionarios del Municipio, deben estar preparados mínimo para:

- Atender al turista y proporcionarle la información que necesite.
- Conocer el proceso de planificación turística.
- Utilizar el sistema de información turística.
- Tener conocimientos sobre administración municipal.
- Dominar la legislación municipal.
- Comprender y defender el turismo sustentable.
- Controlar las prestaciones de los servicios turísticos y evitar fraudes al turista.
- Estar familiarizado con la estrategia turística municipal.
- Ser los primeros agentes de promoción del turismo.

El personal al servicio de empresas turísticas, debe ser capacitado para trabajos como:

- La hotelería, en sus diferentes especialidades, cocina, servicios de comida y bebida, limpieza, recepción, mantenimiento, administración, etc.
- Los establecimientos de alimentos y bebidas que también necesitan profesionales para atender la cocina, para servir las mesas, para limpiar, para recibir y organizar al público, etc.
- La atención al público, en tiendas, oficinas, etc.
- Las agencias de viaje y guías turísticos, que en muchos casos exige el conocimiento de idiomas.
- Las relaciones publicas incluidos aquí animadores, promotores turísticos, anfitriones, etc.

Los empresarios, sean pequeños o grandes, y aunque dependan de forma indirecta del turismo, deben saber:

- Atender de forma respetuosa las quejas y solucionar en la medida de lo posible las dudas del turista.
- Organizar y dirigir un personal competente.
- Respetar al turista, ofreciendo un buen servicio al precio justo, los engaños no sirven de nada.
- Ser serios en el compromiso de ofrecer un servicio de calidad.
- Tener conocimientos de contabilidad.

La población en general debe estar preparada, pues su comportamiento puede mejorar o dañar la imagen turística del Municipio, por ese motivo no cuesta nada:

- Servir con profesionalismo.
- Ser amable.
- Sonreír y ser educado.
- Ser limpio y no ensuciar.
- Hacer bien nuestro trabajo.
- Estar orgullosos de lo que somos.
- Cuidar el entorno, que es nuestro patrimonio.
- Mantener en buen estado jardines, fachadas y calles.

Que debe hacer el Municipio para contar con gente bien formada y capacitada descrita anteriormente:

• **Promover la impartición local de Licenciaturas en Turismo y carreras complementarias que impulsen el desarrollo turístico, con esto se abre la oportunidad laboral y arraigo de los jóvenes del Municipio.**

- Organizar cursos o talleres de formación profesional, para oficios tradicionales o que hagan falta, artesanos, electricistas, carpinteros, etc.
- Mejorar la capacitación de los funcionarios públicos, poniéndolos al día sobre los avances en turismo: técnicas de trabajo, tendencias, desarrollo sustentable, estudios de impacto, calidad, etc.
- Realizar seminarios sobre temas específicos, que sean de interés general.
 - Unas veces dirigidos a empresarios turísticos
 - Otras veces a profesionales hoteleros, etc.
- Hacer campañas de concientización, que motiven a la gente a respetar su entorno y a colaborar con el turismo.
- Instruir a los niños en edad escolar, sobre la importancia del desarrollo de un turismo sustentable.

Control-Gestión de la Calidad.

hablaremos de la gestión de la calidad, que representa un aspecto muy importante del proceso de planificación y desarrollo del turismo.

Es verdad que la principal responsabilidad de la calidad recae sobre el sector privado, como encargado de la prestación de los servicios turísticos, sin embargo, el gobierno Municipal debe ser el director de la orquesta, preparar lo necesario, coordinar la actuación del grupo y vigilar que todos puedan dar la nota correctamente, cuando esto no sucede y no hay coordinación, el Municipio debe asumir su parte de culpa y remediar lo que funciona mal, en definitiva, la gestión pública es decisiva para la calidad en el turismo.

¿Qué se entiende por calidad?

Es un proceso sistemático, para cumplir con las expectativas del cliente (turista).

¿Cuándo se muestra satisfecho el turista?

Cuando lo que recibe es igual o superior a lo que esperaba.

Esto significa que cuando la gente elige un destino turístico, tiene expectativas sobre el lugar, se imagina lo que va a encontrar:

- La belleza del lugar.
- La buena conservación del patrimonio.
- La gente y su cultura.
- El alojamiento.
- La comida.
- Los precios.
- Las facilidades de traslado de un sitio a otro, etc.

El turista al llegar al lugar, comprueba la realidad y sabe al final de su viaje si sus expectativas se cumplieron o no; si la percepción del turista, es decir, lo que vio, lo que vivió, lo que compro es igual a las expectativas que tenía o acaso las supera entonces esto es calidad.

Ahora bien, basta con que alguna de las cosas que el turista espera recibir falle para que la percepción general del viaje no sea buena.

Para evitar esos pequeños o grandes fallos, es necesaria una buena gestión de la calidad.

La gestión de la calidad, depende tanto del Municipio como de los empresarios, ambas partes tienen que estar de acuerdo en que:

- La calidad debe ser un objetivo prioritario para todos.
- La calidad debe entenderse igual desde el sector público que desde el privado hablar el mismo idioma, lo que significa que existan normas que la regulen.
- La calidad no puede verse como un costo.

Al Municipio le corresponde conducir al destino turístico hacia la calidad, pero es imprescindible dos cosas:

El compromiso entre todos los agentes sociales.

Comunicar ese compromiso, comunicar es sobre todo confianza.

La confianza es la base de la cooperación y esta significa apoyo mutuo, para eso el compromiso y la comunicación son condiciones inseparables, no se concibe la una sin la otra.

Para que el compromiso y la comunicación vayan siempre de la mano el Municipio debe ejercer su papel de líder en cuatro aspectos principales:

1. Planificando lo que hay que hacer para ser un Municipio turístico.
2. Coordinando la labor entre la administración pública, el empresariado y la contabilidad en general.
3. Sensibilizando a todos sobre la importancia del turismo sostenible y el respeto a sus normas.
4. Controlando que se respeten las normativas y garantías de calidad en los servicios e instalaciones turísticas.

- Aplicar los estándares de calidad, relativos a clasificación de hoteles, restaurantes, agencias de viajes, guías turísticos, realización de eventos turísticos, etc. para otorgar licencias y permisos.

Las normativas nacionales en materia de empresas turísticas y de protección al consumidor, le permitirán controlar e inspeccionar su correcto funcionamiento y sancionar cuando sea necesario.

- Crear un concurso de premios, o algún tipo de reconocimiento para incentivar la buena gestión empresarial:

- El empresario del año.
- El mejor hotel.
- La mayor contribución al turismo en el Municipio.
- El mejor proyecto turístico, etc.

Planeación y Elaboración de proyectos de infraestructura turística.

El desarrollo sostenible del turismo se concibe en su dimensión espacial y temporal, es decir, se considera la dimensión económica, ambiental y social en sus interacciones en el espacio y en el tiempo, señalándose la importancia de la planeación y programación, así como la gobernanza y la gestión para el logro del desarrollo del turismo en forma sostenible en estos términos el Municipio a través de la Dirección de Turismo debe ser el eje central de la planeación y elaboración de proyectos de infraestructura turística pública y sin relegar su autoridad deberá asesorar y supervisar los proyectos de infraestructura turística de la iniciativa privada sobre todo para conceder las licencias de funcionamiento municipales.

Supervisión de proyectos y productos turísticos tanto públicos como privados

El desarrollo de productos turísticos y proyectos forman parte integrante de la planificación estratégica general del desarrollo del turismo y no debe realizarse de manera aislada entre lo público y lo de iniciativa privada. El desarrollo de productos y proyectos turísticos ha de respetar las Líneas en la Conformación de Productos Turísticos dentro del Municipio de Madera descritas en la página 48, además de incluirse en la marca Institucional del Municipio en materia turística.

El desarrollo de productos y proyectos turísticos debe basarse de manera clara en las tendencias y los gustos del mercado, por lo que necesita un buen análisis de los resultados de estudios de mercado adaptados, con un proceso de “ajuste entre producto y mercado” que permita orientar productos y proyectos concretos a segmentos claramente identificados.

La función de las autoridades públicas en el desarrollo de productos turísticos es obtener y difundir información sobre las oportunidades, planificar el uso de las zonas designadas para el desarrollo del turismo, y dar facilidades y apoyo al sector privado y a las comunidades para que lleven a cabo esa labor. Además, el Municipio debe ejercer una función vital para lograr que el desarrollo de los productos turísticos sea fructífero y a su vez necesitan un conocimiento actualizado y profundo de las exigencias cambiantes de los turistas. Por eso la Dirección de Turismo supervisa con coordinación y colaboración términos inseparables en el desarrollo de productos y servicios turísticos para obtener como resultado una “combinación” de productos y proyectos que cumplan los requisitos relativos a los resultados finales en los ámbitos de la contribución económica, la conservación del medio ambiente y el mantenimiento de la cohesión social, además de potenciar al máximo la satisfacción y el gasto de los visitantes.



Financiamiento

El sistema financiero municipal está constituido por el conjunto de normas que regulan, tanto la captación de recursos como su asignación para la prestación de servicios y la ejecución de obras municipales.

El financiamiento es un tema clave para la gestión municipal, pues parte de su éxito, depende de que el Municipio pueda disponer y administrar un presupuesto para su desarrollo.

Las fuentes de financiamiento posibles para el Municipio, son básicamente dos:

1. Los recursos asignados por ley:
 - Recaudación de impuestos.
 - Ingresos transferidos desde el gobierno Federal y Estatal.
2. La capacidad de autogestión.

El primer caso, se trata de ingresos ordinarios.

- Los impuestos, a la propiedad, a la venta, etc.
- Las tasas para servicios.
- Las patentes sobre actividades económicas.
- La contribución especial o por mejoras.
- Los recursos provenientes del presupuesto general de la Federación consignado anualmente a los gobiernos municipales para el ejercicio de sus competencias.

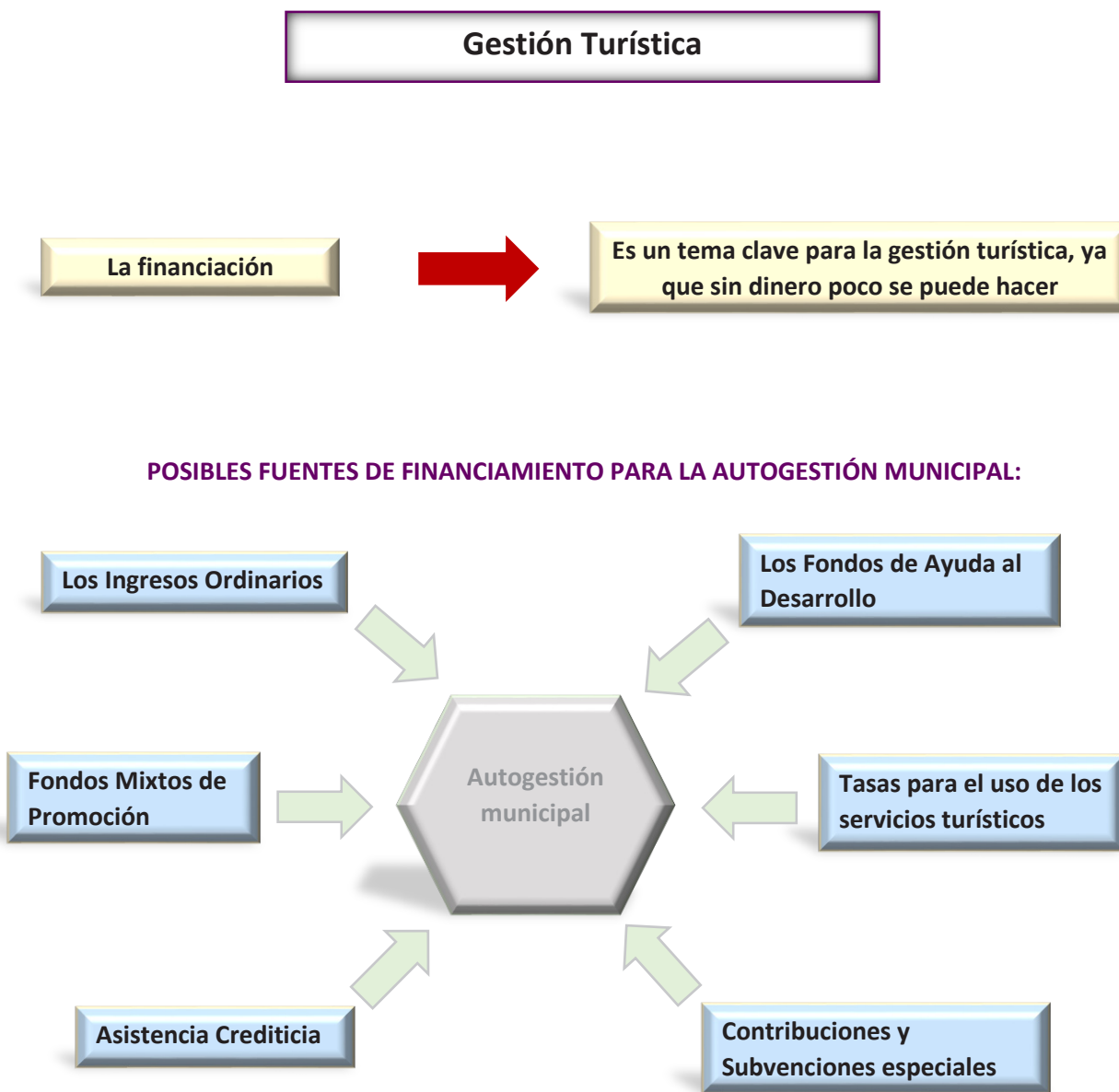
En el segundo caso, se trata de ingresos extraordinarios, que deben procurarse los propios gobiernos municipales para mejorar sus finanzas:

- Ingresos derivados de préstamos y otras operaciones de crédito.
- Dividendos, intereses o participaciones,
- Alquiler y venta de bienes municipales,
- Donaciones y legados,
- Multas.
- Subvenciones, transferencias o aportaciones especiales otorgados por organismos públicos y privados.
- Fondos de ayuda de organismos internacionales, etc.

La capacidad de autogestión es un instrumento de financiamiento muy valioso, sobre todo considerando que los ingresos aportados por la administración Federal son limitados, por ello el gobierno Municipal debe buscar financiación alternativa o complementaria a sus ingresos ordinarios, para reforzar su poder de actuación como gestor.



En este sentido, algunas fuentes de financiamiento que pueden ayudar a la autogestión Municipal son las siguientes:



- **Los Fondos de Ayuda al Desarrollo**, provienen normalmente de organismos internacionales, quienes suscriben convenios de colaboración con los países que lo soliciten, algunos de los organismos más conocidos, son los siguientes:
 - El Banco Mundial.
 - El Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
 - La Unión Europea.
 - La Organización Mundial de Turismo.
 - El Instituto de Cooperación Iberoamericana (ICI).

- La UNESCO, sobre todo en asuntos de conservación y rehabilitación del patrimonio cultural, otros.

Los convenios, incluyen asistencia técnica y financiera, y pueden abarcar muchas áreas, como: salud, educación, transportes, infraestructuras, turismo y otras. Normalmente, estos fondos son asignados al país y este a través de su administración central, los distribuye mediante transferencias a los municipios que lo soliciten o a aquellos que de acuerdo a las prioridades nacionales más lo necesiten.

• **Contribuciones y subvenciones especiales**, en este caso, el origen de las aportaciones proviene de instituciones públicas o privadas de carácter nacional, interesadas en impulsar proyectos de desarrollo concretos, las instituciones que colaboran normalmente son:

- Determinadas secretarías.
- o empresas privadas que esperan la obtención de concesiones sobre determinadas obras.

Este tipo de aportaciones surgen en la mayoría de los casos, por iniciativa del propio Municipio, que se moviliza para llevar a cabo proyectos y obras concretas, para las que el presupuesto ordinario no es suficiente es el caso también de los Consorcios de Desarrollo que se forman para realizar proyectos costosos o complejos en su funcionamiento, y que normalmente funcionan gracias a fondos de inversión mixtos.

• Asistencia crediticia, algunas instituciones tanto nacionales como internacionales, conceden a los municipios préstamos y avales a corto, mediano o largo plazo con intereses especiales.

Estos aportes de crédito deben ser gestionados, en el caso de los organismos internacionales a través de la administración Federal competente, para luego, ser destinados a los municipios beneficiarios, algunos de estos organismos son: el Instituto de Cooperación Iberoamericano (ICI), y Agencias de Desarrollo, como la SOCED o la GTZ, de Holanda y Alemania, respectivamente.

A nivel nacional, también existen instituciones que cumplen la función de otorgar créditos a los pequeños o grandes proyectos de obras y servicios, además de supervisar su aplicación como son programas Federales el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y el Fondo Nacional de Apoyo a Empresas Sociales (FONAES), en el Estado Festival Internacional de Aventura (FITA) y otros fondos de la Secretaría de Turismo del Estado de Chihuahua, además existe el Centro de Desarrollo Municipal (CEDEMUM), como entidad autónoma encargada de fortalecer la gestión municipal.

• **Tasas por el uso de servicios**, esta es una atribución municipal, especialmente útil para recuperar parte de la inversión realizada en equipamiento y servicios turísticos.

Cuando el gobierno Municipal, realiza cierto tipo de obras como:

El acondicionamiento, mejora o rehabilitación de un espacio natural.

- La restauración de un edificio histórico.
- La construcción de un museo, un balneario, una instalación deportiva, etc.

Es válido, e incluso recomendable, que se cobre la entrada a los usuarios, con esto, se podrá recuperar a la larga el capital invertido y financiar el mantenimiento del lugar.

• **Fondos de promoción**, la promoción turística es muy costosa, y más aún para los municipios cuyo presupuesto es muy limitado, por ese motivo, es necesario reunir a nivel Municipal

aportaciones públicas y privadas, con la finalidad de impulsar de forma más efectiva las campañas de promoción e información turísticas; con el capital del fondo es posible financiar:

- Publicaciones, catálogos y folletos turísticos.
- Encuentros entre profesionales del sector turístico.
- Oficinas o módulos de información turística, etc.

Este tipo de fondos, respaldados por empresarios locales y externos, también se pueden aplicar para financiar otro tipo de programas, por ejemplo:

- Capacitación y formación turística.
- Apoyo a los pequeños y medianos empresarios.
- Organización de cooperativas.
- Etc.

Pero se debe tener en cuenta que dos condiciones son indispensables para el éxito de la gestión económica Municipal:

Primero. - El aumento progresivo de los ingresos propios del Gobierno Municipal, con independencia de las aportaciones de la administración Federal.

Segundo. - La responsabilidad y honestidad en el manejo de la contabilidad, la tesorería y el presupuesto Municipal.



Dirección de Turismo
Ángel David de la Rosa Monge
Director

Municipio de Madera
Arnoldo Jaquez Pérez
Presidente Municipal

Anexos



Indicadores

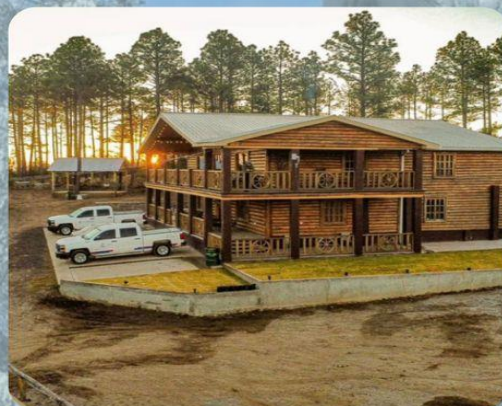
Nombre del indicador	Unidad de medida	Fórmula	Línea base	Meta anual	Meta 2039	Fuente	Frecuencia de medición	O E	Área responsable de seguimiento
Acciones de Promoción Turística	Acciones de promoción	$(APTRT/APTP1)*100$ APTRT = Acciones de promoción turística realizadas en el año actual	5	60	900	Dirección de Turismo	Mensual	8	Dirección de Turismo
Financiamientos otorgados para el desarrollo turístico	Financiamientos otorgados	$(FOT/FPT1)*100$ FOT= Financiamientos Otorgados en el año actual FPT1= Financiamientos Programados en el año actual	0	5	75	Dirección de Turismo	Anual	1,2,7,9, 11,12,16	Dirección de Planeación Turística
Personas de las empresas turísticas capacitadas	Personas	$(PC/PC1)*100$ PC= Número de personas capacitadas PC1=Número de personas programadas año actual (EC/EC1)*100	0	80	1,200	Dirección de Turismo	Anual	3,9	Dirección de Turismo
Empresas de servicios turísticos con licencia de funcionamiento y RNT Distintivos de Calidad "H", "M", "Punto Limpio" y "Sellos especializados".	Empresas	EC=Número de empresas certificadas EC1= Número de empresas programadas año actual (PTC/PTC1)*100	3	30	410	Dirección de Turismo	Anual	7,14,18	Dirección de Turismo
Productos turísticos creados en el municipio	Productos	PTC= Número de productos turísticos creados PTC1= Número de productos programados año actual (NPTC/NPTC1)*100	0	4	60	Dirección de Turismo	Anual	5,6,13, 19	Dirección de Turismo
Consejo consultivo de Turismo conformados	formado	CTP1= Consejos de Turismo Programados en el año actual				Dirección de Turismo		18	Dirección de Turismo
Eventos turísticos realizados en el municipio	Eventos	ETET = Eventos turísticos realizados en el estado en el año actual ETET1 = Eventos turísticos realizados en el estado en el año anterior	7	50	285	Dirección de Turismo	Mensual	4,5,10, 12,13, 19,6	Dirección de Turismo
Derrama económica estimada, generada por los eventos realizados	Millones de pesos	$((DET/DET1)-1)*100$ DET = Derrama económica en el año actual DET1 = Derrama económica en el año anterior	\$35.93	\$130	\$950	Dirección de Turismo	Mensual	4,11,12, 15,19	Dirección de Turismo
Obras de infraestructura	Obras concluidas	$(OITCT/ OITPT1)*100$ OITCT= Obras de Infraestructura Turística Concluidas en el año actual	0	2	16	Dirección de Turismo	Anual	1,2,4,6,7, 11,12,15,16	Dirección de Turismo
Variación porcentual de oferta de hospedaje	Cuartos de hotel	$((NCT/NCT1)-1)*100$ NCT = Número de cuartos de hotel disponibles en el año actual NCT1 = Número de cuartos de hotel disponibles en el año anterior	400	400	3200	Dirección de Turismo	Anual	8, 9, 11,	Dirección de Turismo

Fuentes

- Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024.
- Plan Estatal de Desarrollo 2022-2027.
- Plan Sectorial de Turismo Federal 2019-2024.
- Programa Sectorial Secretaría de Turismo.
- Secretaría de Turismo Federal.
- Planeación y Gestión del Desarrollo Turístico Municipal (SECTUR)
- Global Economic Impact and Trends 2022 de la Organización Mundial del Turismo.
- SICHITUR. Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chihuahua.
- Ley General de Turismo y su Reglamento.
- Ley de Turismo del Estado De Chihuahua.
- Reglamento de Turismo del Municipio de Madera.



Fichas de recolección de servicios de alojamientos



FICHA DE RECOLECCIÓN DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Nombre del establecimiento: Hotel KII		Tel: 652-103-3572				
Dirección: Av. 5 y calle 5 de Mayo Col Centro, Madera Chih		Fax:				
Nombre del Propietario: Sandra Caraveo Jurado						
Nombre del Director: Manuel Daniel Caraveo Jurado						
Cadena o asociación Hotelera	Si Ø No	Nombre:				
Año de construcción:		Año de la última remodelación: 2023				
Características físicas del edificio						
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	☐ Hotel ✓ ☐ Auto hotel ☐ Motel turístico ☐ H. tiempo compartido ☐ Pensión ☐ C. de huéspedes ☐ Albergue ☐ Campamento ☐ Vivienda vacacional ☐ Estancia vacacional ☐ Otra	Categoría ☐ 5* ☐ 4* ☐ 3* ☐ 2* ☐ 1* ☐ Otras				
NÚMERO DE HABITACIONES	Individuales 6 Dobles 16 Triples Otras	☐ Con baño ☐ Sin baño ✓ ☐ ✓ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐				
EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS GENERALES	☒ Restaurante ☐ Bar ☐ Discotecas ☐ Parking ☐ Jardines	☐ Alberca ☐ Sala de banquetes ☐ Sala de reuniones ☐ Instalaciones deportivas ☐ Otras				
SERVICIO DE RESTAURANTE	☐ Categoría ☐ Capacidad del local ☐ Tipo de cocina ☒ Especialidades	☐ Observaciones				
SERVICIO DE HABITACIONES	• Teléfono ☒ T.V. • Radio • Mini bar	☐ Caja fuerte ☐ Aire acondicionado Otras ... Cuenta con internet.				
TIPO DE CONSTRUCCIONES	☐ Moderna ☐ Antigua (anterior a 1940) ☐ Arquitectura tradicional ☐ Edificio de valor singular ☒ Otras	☐ Observación: Es tematico, zonas arqueologicas				
Valoración de conjunto	(*) Valor del 1 al 5:	5	4	3	2	1
(*) La puntuación puede ser 5 Excelente 4 Muy bien 3 Bueno 2 Regular 1 Malo	Estado de conservación	*				
	Fachada	*				
	Decoración interior		*			
	Mobiliario		*			
	Jardines o zonas libres		*			
	Limpieza	*	*			
Belleza del entorno		*				
Otras						

Características funcionales de la empresa		
NÚMERO DE EMPLEADOS	☐ Dirección general ☒ Recepción ☐ Bell Boys ☒ Camaristas ☐ Servicios de habitaciones ☒ Mantenimiento ☐ Cocina ☐ Otros	Coloque el No. de empleados: 2 1 1
PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros	Señalar meses al año:
MEDIA DE OCUPACIÓN ANUAL	Especificar 20 %	Observaciones:
PRECIOS/HABITACIONES	Individuales Dobles Triples Otras... Cuadrupe	Con baño Sin baño \$550 \$600 \$650 \$700
PRECIOS/ RESTAURANTES	☐ Desayunos ☐ Comida ☐ Cena	Observaciones:
ESTANCIA MEDIA HÚESPEDES	☒ 1 Noche ☐ 2 Noche ☐ 3 a 6 Noches ☐ 7 o más	Observaciones:
PROCEDENCIA DE HUÉSPEDES	☐ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Observaciones:
GASTO MEDIO POR PERSONA/DÍA	Especificar: 550 \$	Observaciones:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias al turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros	Observaciones: Por medio de facebook.
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☒ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Nombre del establecimiento: Apple Inn		Tel: 652-572-0277				
		Fax: 652-572-0785				
Dirección: Calle 3a e Independencia Col. Centro						
Nombre del Propietario: Rene de Pablo Porras						
Nombre del Director: Pablo de Pablo Porras						
Cadena o asociación Hotelera	Si No	Nombre:				
Año de construcción: 1995		Año de la última remodelación: 2021				
Características físicas del edificio						
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	☐ Hotel ☒ ☐ Auto hotel ☐ Motel turístico ☐ H. tiempo compartido ☐ Pensión ☐ C. de huéspedes ☐ Albergue ☐ Campamento ☐ Vivienda vacacional ☐ Estancia vacacional ☐ Otra	Categoría ☐ 5* ☐ 4* ☐ 3* ☐ 2* ☐ 1* ☐ Otras				
NÚMERO DE HABITACIONES	Individuales 3 Dobles 35 Triples 3 Otras	☐ Con baño ☐ Sin baño ☒ ☐ ☒ ☐ ☒ ☐ ☐ ☐				
EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS GENERALES	☐ Restaurante ☒ Bar para eventos ☐ Discotecas ☐ Parking ☐ Jardines	☐ Alberca ☐ Sala de banquetes ☐ Sala de reuniones ☐ Instalaciones deportivas ☐ Otras				
SERVICIO DE RESTAURANTE	☐ Categoría ☐ Capacidad del local ☐ Tipo de cocina ☐ Especialidades	☐ Observaciones				
SERVICIO DE HABITACIONES	☒ Teléfono ☒ T.V. ☒ Radio ☒ Mini bar	☐ Caja fuerte ☒ Aire acondicionado ☐ Otras ... ☐ Cuenta con internet.				
TIPO DE CONSTRUCCIONES	☒ Moderna ☒ Antigua (anterior a 1940) ☐ Arquitectura tradicional ☐ Edificio de valor singular ☒ Otras	☐ Observación: Otra tipo cabaña				
Valoración de conjunto	(*) Valor del 1 al 5:	5	4	3	2	1
(*) La puntuación puede ser	Estado de conservación	*				
5 Excelente	Fachada	*	*			
4 Muy bien	Decoración interior	*	*			
3 Bueno	Mobiliario	*	*			
2 Regular	Jardines o zonas libres	*	*			
1 Malo	Limpieza	*				
	Belleza del entorno	*				
	Otras					

Características funcionales de la empresa		
NÚMERO DE EMPLEADOS	☐ ☒ Dirección general ☒ Recepción ☐ Bell Boys ☒ Camaristas ☐ Servicios de habitaciones ☒ Mantenimiento ☐ Cocina ☐ Otros	Coloque el No. de empleados: 2 4 3 1
PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros	Señalar meses al año:
MEDIA DE OCUPACIÓN ANUAL	Especificar %	Observaciones:
PRECIOS/HABITACIONES	Individuales Dobles Triples Otras...	Con baño Sin baño \$640 \$740 \$840
PRECIOS/ RESTAURANTES	☐ Desayunos ☐ Comida ☐ Cena	Observaciones:
ESTANCIA MEDIA HUÉSPEDES	☒ 1 Noche ☐ 2 Noche ☐ 3 a 6 Noches ☐ 7 o más	Observaciones:
PROCEDENCIA DE HUÉSPEDES	☐ ☐ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Observaciones: En su mayoría el huésped no es turista, sino vendedores ejecutivos y proveedores
GASTO MEDIO POR PERSONA/DÍA	Especificar: 550 \$	Observaciones:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☒ Ferias al turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros	Observaciones: Eventos.
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo? Restaurant fijo y más habitaciones
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Nombre del establecimiento: Cabañas Riscos del Sol		Tel: 813-121-3589				
		Fax: 652-101-7881				
Dirección: Km 3 camino a Sirupa						
Nombre del Propietario: Magaly Vargas González						
Nombre del Director:						
Cadena o asociación Hotelera	☐ Si ☒ No	Nombre:				
Año de construcción:		Año de la última remodelación: 2021				
Características físicas del edificio						
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	☐ Hotel ☐ Auto hotel ☐ Motel turístico ☐ H. tiempo compartido ☐ Pensión ☐ C. de huéspedes ☐ Albergue ☐ Campamento ☐ Vivienda vacacional ☐ Estancia vacacional ☐ Otra ... Cabaña	Categoría ☐ 5* ☒ 4* ☐ 3* ☐ 2* ☐ 1* ☐ Otras				
NÚMERO DE HABITACIONES	Individuales Dobles Triples 5 Otras	☐ Con baño ☐ Sin baño ☐ ☐ ☐ ☐ ☒ ☐ ☐ ☐				
EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS GENERALES	☐ Restaurante ☐ Bar para eventos ☐ Discotecas ☒ Parking ☒ Jardines	☐ Alberca ☐ Sala de banquetes ☐ Sala de reuniones ☒ Instalaciones deportivas ☒ Otras Lago/pista de hielo natural				
SERVICIO DE RESTAURANTE	☐ Categoría ☐ Capacidad del local ☐ Tipo de cocina ☐ Especialidades	☐ Observaciones Asadores y servicios para fiestas.				
SERVICIO DE HABITACIONES	• Teléfono • T.V. • Radio • Mini bar	☐ Caja fuerte ☐ Aire acondicionado Otras ...				
TIPO DE CONSTRUCCIONES	☐ Moderna ☐ Antigua (anterior a 1940) ☐ Arquitectura tradicional ☐ Edificio de valor singular ☒ Otras Madera	☐ Observación: Otra tipo cabaña				
Valoración de conjunto	(*) Valor del 1 al 5: Estado de conservación Fachada Decoración interior Mobiliario Jardines o zonas libres Limpieza Belleza del entorno Otras	5	4	3	2	1
(*) La puntuación puede ser 5 Excelente 4 Muy bien 3 Bueno 2 Regular 1 Malo	* * * * *	*				

Características funcionales de la empresa		
NÚMERO DE EMPLEADOS	☐ ☒ Dirección general ☐ Recepción ☐ Bell Boys ☒ Camaristas ☐ Servicios de habitaciones ☒ Mantenimiento ☐ Cocina ☐ Otros	Coloque el No. de empleados: 1 2
PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☒ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros	Señalar meses al año:
MEDIA DE OCUPACIÓN ANUAL	Especificar 40 %	Observaciones:
PRECIOS/HABITACIONES	Individuales Dobles Triples Otras...	Con baño Sin baño \$1,500
PRECIOS/ RESTAURANTES	☐ Desayunos ☐ Comida ☐ Cena	Observaciones:
ESTANCIA MEDIA HÚESPEDES	☐ 1 Noche ☒ 2 Noche ☐ 3 a 6 Noches ☐ 7 o más	Observaciones:
PROCEDENCIA DE HUÉSPEDES	☐ ☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☐ Locales (de la región)	Observaciones:
GASTO MEDIO POR PERSONA/DÍA	Especificar: 250 \$	Observaciones:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☒ Ferias al turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros	Observaciones: Redes sociales.
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo? Salón de eventos /Restaurante, area de asadores
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Nombre del establecimiento: Cabañas Alex		Tel: 652-192-1903					
Dirección: Niños Héroes y 34							
Nombre del Propietario: Alejandro García Rivas							
Nombre del Director: Carolina Rico Beltrán							
Cadena o asociación Hotelera	Si Ø No	Nombre:					
Año de construcción:		Año de la última remodelación:					
Características físicas del edificio							
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	☐ Hotel ☐ Auto hotel ☐ Motel turístico ☐ H. tiempo compartido ☐ Pensión ☐ C. de huéspedes ☐ Albergue ☐ Campamento ☐ Vivienda vacacional ☐ Estancia vacacional ☐ Otra ... Cabaña		Categoría ☐ 5* ☒ 4* ☐ 3* ☐ 2* ☐ 1* ☐ Otras				
NÚMERO DE HABITACIONES	Individuales Dobles 15 Triples 1 Otras		☐ Con baño ☐ Sin baño ☐ ☐ ☒ ☐ ☒ ☐ ☐ ☐				
EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS GENERALES	☐ Restaurante ☐ Bar para eventos ☐ Discotecas ☒ Parking ☒ Jardines		☐ Alberca ☐ Sala de banquetes ☐ Sala de reuniones ☐ Instalaciones deportivas ☒ Otras Palapas para eventos				
SERVICIO DE RESTAURANTE	☐ Categoría ☐ Capacidad del local ☐ Tipo de cocina ☐ Especialidades		☐ Observaciones				
SERVICIO DE HABITACIONES	• Teléfono ☒ T.V. • Radio • Mini bar		☐ Caja fuerte ☐ Aire acondicionado Otras ...				
TIPO DE CONSTRUCCIONES	☐ Moderna ☐ Antigua (anterior a 1940) ☒ Arquitectura tradicional ☐ Edificio de valor singular ☐ Otras Madera		☐ Observación: Otra tipo cabaña				
Valoración de conjunto	(*) Valor del 1 al 5: Estado de conservación Fachada Decoración interior Mobiliario Jardines o zonas libres Limpieza Belleza del entorno Otras		5	4	3	2	1
(*) La puntuación puede ser			*				
5 Excelente			*				
4 Muy bien			*				
3 Bueno			*				
2 Regular			*				
1 Malo			*				

Características funcionales de la empresa		
NÚMERO DE EMPLEADOS	☐ ☒ Dirección general ☐ Recepción ☐ Bell Boys ☒ Camaristas ☐ Servicios de habitaciones ☒ Mantenimiento ☐ Cocina ☐ Otros	Coloque el No. de empleados: 1 1 2
PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros	Señalar meses al año:
MEDIA DE OCUPACIÓN ANUAL	Especificar %	Observaciones:
PRECIOS/HABITACIONES	Individuales Dobles Triples Otras...	Con baño Sin baño \$800 \$1,500 \$3,000
PRECIOS/ RESTAURANTES	☐ Desayunos ☐ Comida ☐ Cena	Observaciones:
ESTANCIA MEDIA HÚESPEDES	☐ 1 Noche ☒ 2 Noche ☒ 3 a 6 Noches ☐ 7 o más	Observaciones:
PROCEDENCIA DE HUÉSPEDES	☐ ☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☐ Locales (de la región)	Observaciones:
GASTO MEDIO POR PERSONA/DÍA	Especificar: 300 \$	Observaciones:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias al turismo ☐ Asociaciones Otros	Observaciones: Redes sociales.
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo? Salón de eventos Mas cabañas
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Nombre del establecimiento: Cabañas la Bolsa		Tel: 652-101-7046				
Dirección: Carretera a la presa						
Nombre del Propietario: Ejido Madera						
Nombre del Director: Carolina Rico Beltrán						
Cadena o asociación Hotelera	Si Ø No	Nombre:				
Año de construcción:		Año de la última remodelación: cada año				
Características físicas del edificio						
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	☐ Hotel ☐ Auto hotel ☐ Motel turístico ☐ H. tiempo compartido ☐ Pensión ☐ C. de huéspedes ☐ Albergue ☐ Campamento ☐ Vivienda vacacional ☐ Estancia vacacional ☐ Otra ... Cabaña	Categoría ☐ 5* ☒ 4* ☐ 3* ☐ 2* ☐ 1* ☐ Otras				
NÚMERO DE HABITACIONES	Individuales Dobles 9 Triples Otras	☐ Con baño ☐ Sin baño ☐ ☐ ☒ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐				
EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS GENERALES	☐ Restaurante ☐ Bar para eventos ☐ Discotecas ☒ Parking ☒ Jardines	☐ Alberca ☐ Sala de banquetes ☐ Sala de reuniones ☐ Instalaciones deportivas ☒ Otras Palapas para eventos				
SERVICIO DE RESTAURANTE	☐ Categoría ☐ Capacidad del local ☐ Tipo de cocina ☐ Especialidades	☐ Observaciones				
SERVICIO DE HABITACIONES	• Teléfono • T.V. • Radio • Mini bar	☐ Caja fuerte ☐ Aire acondicionado Otras ...				
TIPO DE CONSTRUCCIONES	☐ Moderna ☐ Antigua (anterior a 1940) ☒ Arquitectura tradicional ☐ Edificio de valor singular ☐ Otras Madera	☐ Observación: Otra tipo cabaña				
Valoración de conjunto	(*) Valor del 1 al 5:	5	4	3	2	1
(*) La puntuación puede ser 5 Excelente 4 Muy bien 3 Bueno 2 Regular 1 Malo	Estado de conservación	*				
	Fachada	*				
	Decoración interior	*				
	Mobiliario	*				
	Jardines o zonas libres	*				
	Limpieza	*				
Belleza del entorno	*					
Otras						

Características funcionales de la empresa		
NÚMERO DE EMPLEADOS	☐ ☐ Dirección general ☐ Recepción ☐ Bell Boys ☒ Camaristas ☐ Servicios de habitaciones ☒ Mantenimiento ☐ Cocina ☐ Otros	Coloque el No. de empleados: 1 1
PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros	Señalar meses al año:
MEDIA DE OCUPACIÓN ANUAL	Especificar 25 %	Observaciones:
PRECIOS/HABITACIONES	Individuales Dobles Triples Otras...	Con baño Sin baño \$750
PRECIOS/ RESTAURANTES	☐ Desayunos ☐ Comida ☐ Cena	Observaciones:
ESTANCIA MEDIA HÚESPEDES	☐ 1 Noche ☒ 2 Noche ☐ 3 a 6 Noches ☐ 7 o más	Observaciones:
PROCEDENCIA DE HUÉSPEDES	☐ ☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Observaciones:
GASTO MEDIO POR PERSONA/DÍA	Especificar: 300 \$	Observaciones:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias al turismo ☐ Asociaciones Otros	Observaciones: Por medio del ejido
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo? Reforestación
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Nombre del establecimiento: Cabañas Don Chuy		Tel: 652-572-03203					
Dirección: Josefa Ortiz de Dominguez y C. 39							
Nombre del Propietario: Gloria Socorro Villalobos Ramos							
Nombre del Director: Jesus Arturo Solis Villalobos							
Cadena o asociación Hotelera	☐ Si ☒ No	Nombre: Cabañas Don Chuy					
Año de construcción: 2002-2024		Año de la ultima remodelación: 2024					
Características físicas del edificio							
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	☐ Hotel ☐ Auto hotel ☐ Motel turístico ☐ H. tiempo compartido ☐ Pensión ☐ C. de huéspedes ☐ Albergue ☐ Campamento ☐ Vivienda vacacional ☐ Estancia vacacional ☐ Otra ... Cabaña		Categoría ☒ 5* ☐ 4* ☐ 3* ☐ 2* ☐ 1* ☐ Otras Distintivo H.				
NÚMERO DE HABITACIONES	Individuales Dobles Triples OtrasTodas las anteriores		☐ Con baño ☐ Sin baño ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☒ ☐				
EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS GENERALES	☐ Restaurante ☐ Bar para eventos ☐ Discotecas ☒ Parking ☒ Jardines		☐ Alberca ☒ Sala de banquetes ☒ Sala de reuniones ☒ Instalaciones deportivas ☒ Otras Jacuzzi				
SERVICIO DE RESTAURANTE	☐ Categoría ☐ Capacidad del local ☐ Tipo de cocina ☐ Especialidades		☐ Observaciones				
SERVICIO DE HABITACIONES	☒ Teléfono ☒ T.V. ☒ Radio ☒ Mini bar		☒ Caja fuerte ☐ Aire acondicionado Otras ... Cuenta con chimenea y minisplit				
TIPO DE CONSTRUCCIONES	☐ Moderna ☐ Antigua (anterior a 1940) ☐ Arquitectura tradicional ☐ Edificio de valor singular ☐ Otras Rustica		☐ Observación: Otra tipo cabaña				
Valoración de conjunto	(*) Valor del 1 al 5: Estado de conservación Fachada Decoración interior Mobiliario Jardines o zonas libres Limpieza Belleza del entorno Otras		5	4	3	2	1
(*) La puntuación puede ser			*				
5 Excelente			*				
4 Muy bien			*				
3 Bueno			*				
2 Regular			*				
1 Malo			*				

Características funcionales de la empresa		
NÚMERO DE EMPLEADOS	☐ ☒ Dirección general ☒ Recepción ☐ Bell Boys ☒ Camaristas ☐ Servicios de habitaciones ☒ Mantenimiento ☐ Cocina ☐ Otros	Coloque el No. de empleados: 2 3 1 1 1
PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros	Señalar meses al año:
MEDIA DE OCUPACIÓN ANUAL	Especificar20 %	Observaciones:
PRECIOS/HABITACIONES	Individuales Dobles Triples Otras...	Con baño Sin baño Si Si Si
PRECIOS/ RESTAURANTES	☐ Desayunos ☐ Comida ☐ Cena	Observaciones:
ESTANCIA MEDIA HÚESPEDES	☐ 1 Noche ☒ 2 Noche ☒ 3 a 6 Noches ☐ 7 o más	Observaciones:
PROCEDENCIA DE HUÉSPEDES	☐ ☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☐ Locales (de la región)	Observaciones:
GASTO MEDIO POR PERSONA/DÍA	Especificar: 300 \$	Observaciones:
TIPO DE PROMOCIÓN	☒ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☒ Ferias al turismo ☒ Asociaciones Otros	Observaciones:
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo? Salón de eventos Rustico
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Nombre del establecimiento: Rancho la Manga		Tel: 652-101-5053																																							
Dirección: El Largo Maderal, Madera		652-573-003																																							
Nombre del Propietario: Lorenzo Garcia Saenz																																									
Nombre del Director: William Garcia Dominguez																																									
Cadena o asociación Hotelera	Si Ø No	Nombre:																																							
Año de construcción: 1997		Año de la ultima remodelación: 2021																																							
Características físicas del edificio																																									
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	☐ Hotel ☐ Auto hotel ☐ Motel turístico ☐ H. tiempo compartido ☐ Pensión ☐ C. de huéspedes ☐ Albergue ☐ Campamento ☐ Vivienda vacacional ☐ Estancia vacacional ☐ Otra ... Cabaña		Categoría ☐ 5* ☒ 4* ☐ 3* ☐ 2* ☐ 1* ☐ Otras																																						
NÚMERO DE HABITACIONES	Individuales Dobles 10 Triples 1 Otras 1		☐ Con baño ☐ Sin baño ☐ ☐ ☒ ☐ ☒ ☐ ☒ ☐																																						
EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS GENERALES	☒ Restaurante ☐ Bar para eventos ☐ Discotecas ☒ Parking ☒ Jardines		☐ Alberca ☒ Sala de banquetes ☒ Sala de reuniones ☒ Instalaciones deportivas ☐ Otras Palapas para eventos																																						
SERVICIO DE RESTAURANTE	☐ Categoría ☒ Capacidad del local ☐ Tipo de cocina ☒ Especialidades		☐ Observaciones																																						
SERVICIO DE HABITACIONES	• Teléfono • T.V. • Radio • Mini bar		☐ Caja fuerte ☐ Aire acondicionado Otras ...																																						
TIPO DE CONSTRUCCIONES	☐ Moderna ☐ Antigua (anterior a 1940) ☒ Arquitectura tradicional ☐ Edificio de valor singular ☐ Otras Madera		☐ Observación: Otra tipo cabaña																																						
Valoración de conjunto	(*) Valor del 1 al 5: Estado de conservación Fachada Decoración interior Mobiliario Jardines o zonas libres Limpieza Belleza del entorno Otras		5	4	3	2	1																																		
(*) La puntuación puede ser 5 Excelente 4 Muy bien 3 Bueno 2 Regular 1 Malo		<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>*</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>*</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>*</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>*</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>*</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>*</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>*</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>					*					*					*						*					*				*					*				
*																																									
*																																									
*																																									
	*																																								
	*																																								
*																																									
*																																									

Características funcionales de la empresa		
NÚMERO DE EMPLEADOS	☐ ☒ Dirección general ☐ Recepción ☐ Bell Boys ☒ Camaristas ☐ Servicios de habitaciones ☒ Mantenimiento ☒ Cocina ☐ Otros	Coloque el No. de empleados: Temporada baja 5 Temporada alta 35
PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros	Señalar meses al año:
MEDIA DE OCUPACIÓN ANUAL	Especificar 80 %	Observaciones:
PRECIOS/HABITACIONES	Individuales Dobles Triples Otras...	Con baño Sin baño \$1,650 \$3,600 \$4,350
PRECIOS/ RESTAURANTES	☐ Desayunos ☐ Comida ☐ Cena	Observaciones: Las 3 comidas
ESTANCIA MEDIA HÚESPEDES	☐ 1 Noche ☐ 2 Noche ☒ 3 a 6 Noches ☐ 7 o más	Observaciones:
PROCEDENCIA DE HUÉSPEDES	☐ ☐ Extranjeros ☒ Nacionales ☐ Locales (de la región)	Observaciones:
GASTO MEDIO POR PERSONA/DÍA	Especificar: \$	Observaciones:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☒ Folletos ☒ Ferias al turismo ☐ Asociaciones Otros	Observaciones: Redes sociales.
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo? Salón de eventos
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Nombre del establecimiento: Hotel Vida Flores		Tel: 652-572-1055																																		
Dirección: Calle 3a y carretera Madera-Chih #2811																																				
Nombre del Propietario: Virginia Marquez Rodriguez																																				
Nombre del Director: Virginia Marquez Rodriguez																																				
Cadena o asociación Hotelera		Si Ø No		Nombre:																																
Año de construcción:		Año de la ultima remodelación:																																		
Características físicas del edificio																																				
TIPO DE ESTABLECIMIENTO		☐ Hotel ✓ ☐ Auto hotel ☐ Motel turístico ☐ H. tiempo compartido ☐ Pensión ☐ C. de huéspedes ☐ Albergue ☐ Campamento ☐ Vivienda vacacional ☐ Estancia vacacional ☐ Otra			Categoría ☐ 5* ☐ 4* ☒ 3* ☐ 2* ☐ 1* ☐ Otras																															
NÚMERO DE HABITACIONES		Individuales 3 Dobles 11 Triples Otras			☐ Con baño ☐ Sin baño ✓ ☐ ✓ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐																															
EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS GENERALES		☐ Restaurante ☒ Bar para eventos ☐ Discotecas ☒ Parking ☐ Jardines			☐ Alberca ☐ Sala de banquetes ☒ Sala de reuniones ☐ Instalaciones deportivas ☐ Otras																															
SERVICIO DE RESTAURANTE		☐ Categoría ☐ Capacidad del local ☐ Tipo de cocina ☐ Especialidades			☐ Observaciones																															
SERVICIO DE HABITACIONES		☒ Teléfono ☒ T.V. • Radio • Mini bar			☐ Caja fuerte ☒ Aire acondicionado Otras ... Cuenta con internet.																															
TIPO DE CONSTRUCCIONES		☒ Moderna ☐ Antigua (anterior a 1940) ☐ Arquitectura tradicional ☐ Edificio de valor singular ☒ Otras			☐ Observación: Otra tipo cabaña																															
Valoración de conjunto		(*) Valor del 1 al 5: Estado de conservación Fachada Decoración interior Mobiliario Jardines o zonas libres Limpieza Belleza del entorno Otras			<table border="1"> <tr> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>*</td> <td>*</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>*</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>*</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>*</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>*</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		5	4	3	2	1	*	*				*					*					*					*				
5	4	3	2	1																																
*	*																																			
*																																				
*																																				
*																																				
*																																				
(*) La puntuación puede ser 5 Excelente 4 Muy bien 3 Bueno 2 Regular 1 Malo																																				

Características funcionales de la empresa		
NÚMERO DE EMPLEADOS	☐ Dirección general ☒ Recepción ☐ Bell Boys ☒ Camaristas ☐ Servicios de habitaciones ☒ Mantenimiento ☐ Cocina ☐ Otros	Coloque el No. de empleados: 2
PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros	Señalar meses al año:
MEDIA DE OCUPACIÓN ANUAL	Especificar 50 %	Observaciones:
PRECIOS/HABITACIONES	Individuales Dobles Triples Otras...	Con baño Sin baño \$600 \$800
PRECIOS/ RESTAURANTES	☐ Desayunos ☐ Comida ☐ Cena	Observaciones:
ESTANCIA MEDIA HÚESPEDES	☒ 1 Noche ☐ 2 Noche ☐ 3 a 6 Noches ☐ 7 o más	Observaciones:
PROCEDENCIA DE HUÉSPEDES	☐ Extranjeros ☒ Nacionales ☐ Locales (de la región)	Observaciones: En su mayoría el huésped no es turista, sino vendedores ejecutivos y proveedores
GASTO MEDIO POR PERSONA/DÍA	Especificar: 600 \$	Observaciones:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☒ Ferias al turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros	Observaciones: Eventos. Buena atención
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☒ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Nombre del establecimiento: Cabañas del Abuelo Henry		Tel: 652-192-90-54							
Dirección: Presa Peñitas									
Nombre del Propietario: Enrique Acosta Duran									
Nombre del Director: Grecia Sandoval Acosta									
Cadena o asociación Hotelera		Si Ø No		Nombre:					
Año de construcción:		Año de la última remodelación: cada año							
Características físicas del edificio									
TIPO DE ESTABLECIMIENTO		☐ Hotel ☐ Auto hotel ☐ Motel turístico ☐ H. tiempo compartido ☐ Pensión ☐ C. de huéspedes ☐ Albergue ☐ Campamento ☐ Vivienda vacacional ☐ Estancia vacacional ☐ Otra ... Cabaña			Categoría ☐ 5* ☒ 4* ☐ 3* ☐ 2* ☐ 1* ☐ Otras				
NÚMERO DE HABITACIONES		Individuales Dobles Triples Otras 7 cabañas			☐ Con baño ☐ Sin baño ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☒ ☐				
EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS GENERALES		☐ Restaurante ☐ Bar para eventos ☐ Discotecas ☐ Parking ☒ Jardines			☐ Alberca ☐ Sala de banquetes ☒ Sala de reuniones ☐ Instalaciones deportivas ☐ Otras Palapas para eventos				
SERVICIO DE RESTAURANTE		☐ Categoría ☐ Capacidad del local ☐ Tipo de cocina ☐ Especialidades			☐ Observaciones				
SERVICIO DE HABITACIONES		• Teléfono • T.V. • Radio • Mini bar			☐ Caja fuerte ☐ Aire acondicionado Otras ...				
TIPO DE CONSTRUCCIONES		☐ Moderna ☐ Antigua (anterior a 1940) ☒ Arquitectura tradicional ☐ Edificio de valor singular ☐ Otras Madera			☐ Observación: Cabañas rusticas				
Valoración de conjunto		(*) Valor del 1 al 5: Estado de conservación Fachada Decoración interior Mobiliario Jardines o zonas libres Limpieza Belleza del entorno Otras			5	4	3	2	
(*) La puntuación puede ser 5 Excelente 4 Muy bien 3 Bueno 2 Regular 1 Malo					*	*			
					*	*			
					*	*			
					*	*			
					*	*			

Características funcionales de la empresa		
NÚMERO DE EMPLEADOS	☐ ☒ Dirección general ☐ Recepción ☐ Bell Boys ☐ Camaristas ☒ Servicios de habitaciones ☒ Mantenimiento ☐ Cocina ☐ Otros	Coloque el No. de empleados: 1 1 1
PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros	Señalar meses al año:
MEDIA DE OCUPACIÓN ANUAL	Especificar 70 %	Observaciones:
PRECIOS/HABITACIONES	Individuales Dobles Triples Otras...	Con baño Sin baño \$1,000 por cabaña p 4 personas
PRECIOS/ RESTAURANTES	☐ Desayunos ☐ Comida ☐ Cena	Observaciones:
ESTANCIA MEDIA HÚESPEDES	☐ 1 Noche ☒ 2 Noche ☐ 3 a 6 Noches ☐ 7 o más	Observaciones:
PROCEDENCIA DE HUÉSPEDES	☐ ☐ Extranjeros ☒ Nacionales ☐ Locales (de la región)	Observaciones:
GASTO MEDIO POR PERSONA/DÍA	Especificar: \$	Observaciones:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias al turismo ☐ Asociaciones Otros	Observaciones: Redes sociales
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☐ No	¿De que tipo? Reforestación
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Nombre del establecimiento: Cabañas el Prado		Tel: 652-572-0492					
Dirección: Calle 3a #2006. Colonia Centro							
Nombre del: Maria Monserrat Romero Fernandez							
Nombre del Director: Maria Monserrat Romero Fernandez							
Cadena o asociación Hotelera	Si ☐ No	Nombre:					
Año de construcción:		Año de la ultima remodelación: Cada 5 años					
Características físicas del edificio							
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	☒ Hotel ☐ Auto hotel ☐ Motel turístico ☐ H. tiempo compartido ☐ Pensión ☐ C. de huéspedes ☐ Albergue ☐ Campamento ☐ Vivienda vacacional ☐ Estancia vacacional ☐ Otra		Categoría ☐ 5* ☐ 4* ☐ 3* ☐ 2* ☐ 1* ☐ Otras				
NÚMERO DE HABITACIONES	Individuales 4 Dobles 5 Triples Otras		☐ Con baño ☐ Sin baño ☒ ☐ ☒ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐				
EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS GENERALES	☐ Restaurante ☐ Bar para eventos ☐ Discotecas ☐ Parking ☐ Jardines		☐ Alberca ☐ Sala de banquetes ☐ Sala de reuniones ☐ Instalaciones deportivas ☐ Otras				
SERVICIO DE RESTAURANTE	☐ Categoría ☐ Capacidad del local ☐ Tipo de cocina ☐ Especialidades		☐ Observaciones				
SERVICIO DE HABITACIONES	• Teléfono ☒ T.V. • Radio • Mini bar		☐ Caja fuerte ☐ Aire acondicionado Otras ... Cuenta con internet.				
TIPO DE CONSTRUCCIONES	☐ Moderna ☐ Antigua (anterior a 1940) ☐ Arquitectura tradicional ☐ Edificio de valor singular ☒ Otras		☐ Observación: Rusticas				
Valoración de conjunto	(*) Valor del 1 al 5: Estado de conservación Fachada Decoración interior Mobiliario Jardines o zonas libres Limpieza Belleza del entorno Otras		5	4	3	2	1
(*) La puntuación puede ser 5 Excelente 4 Muy bien 3 Bueno 2 Regular 1 Malo			*		*		

Características funcionales de la empresa		
NÚMERO DE EMPLEADOS	☐ ☐ Dirección general ☐ Recepción ☐ Bell Boys ☐ Camaristas ☒ Servicios de habitaciones ☐ Mantenimiento ☐ Cocina ☐ Otros	Coloque el No. de empleados: 1
PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros	Señalar meses al año:
MEDIA DE OCUPACIÓN ANUAL	Especificar 30 %	Observaciones:
PRECIOS/HABITACIONES	Individuales Dobles Triples Otras...	Con baño Sin baño \$300 \$300
PRECIOS/ RESTAURANTES	☐ Desayunos ☐ Comida ☐ Cena	Observaciones:
ESTANCIA MEDIA HUÉSPEDES	☒ 1 Noche ☐ 2 Noche ☐ 3 a 6 Noches ☐ 7 o más	Observaciones:
PROCEDENCIA DE HUÉSPEDES	☐ ☐ Extranjeros ☒ Nacionales ☐ Locales (de la región)	Observaciones:
GASTO MEDIO POR PERSONA/DÍA	Especificar: 300 \$	Observaciones:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias al turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros	Observaciones:
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☒ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Nombre del establecimiento: Hotel Real del Bosque		Tel: 614-303-6362				
Dirección: Carretera federal #1209 Barrio americano						
Nombre del: Maria Monserrat Romero Fernandez						
Nombre del Director: Angel Gabriel Leal Samaniego						
Cadena o asociación Hotelera	☒ Si ☐ No	Nombre:				
Año de construcción:		Año de la ultima remodelación: Cada 5 años				
Características físicas del edificio						
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	☒ Hotel ☐ Auto hotel ☐ Motel turístico ☐ H. tiempo compartido ☐ Pensión ☐ C. de huéspedes ☐ Albergue ☐ Campamento ☐ Vivienda vacacional ☐ Estancia vacacional ☐ Otra	Categoría ☐ 5* ☐ 4* ☐ 3* ☐ 2* ☐ 1* ☐ Otras				
NÚMERO DE HABITACIONES	Individuales Dobles 25 Triples Otras	☐ Con baño ☐ Sin baño ☐ ☐ ☒ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐				
EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS GENERALES	☐ Restaurante ☒ Bar ☒ Discotecas ☒ Parking ☒ Jardines	☐ Alberca ☐ Sala de banquetes ☐ Sala de reuniones ☐ Instalaciones deportivas ☐ Otras				
SERVICIO DE RESTAURANTE	☐ Categoría ☐ Capacidad del local ☐ Tipo de cocina ☐ Especialidades	☐ Observaciones				
SERVICIO DE HABITACIONES	☒ Teléfono ☒ T.V. ☐ Radio ☐ Mini bar	☐ Caja fuerte ☐ Aire acondicionado Otras ... Cuenta con internet.				
TIPO DE CONSTRUCCIONES	☐ Moderna ☒ Antigua (anterior a 1940) ☐ Arquitectura tradicional ☐ Edificio de valor singular ☒ Otras	☐ Observación:				
Valoración de conjunto	(*) Valor del 1 al 5:	5	4	3	2	1
(*) La puntuación puede ser	Estado de conservación			*		
5 Excelente	Fachada			*		
4 Muy bien	Decoración interior			*		
3 Bueno	Mobiliario			*		
2 Regular	Jardines o zonas libres			*		
1 Malo	Limpieza	*				
	Belleza del entorno			*		
	Otras					

Características funcionales de la empresa		
NÚMERO DE EMPLEADOS	☐ ☒ Dirección general ☒ Recepción ☐ Bell Boys ☒ Camaristas ☐ Servicios de habitaciones ☐ Mantenimiento ☐ Cocina ☐ Otros	Coloque el No. de empleados: 1 1 1
PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros	Señalar meses al año:
MEDIA DE OCUPACIÓN ANUAL	Especificar 15 %	Observaciones:
PRECIOS/HABITACIONES	Individuales Dobles Triples Otras...	Con baño Sin baño \$600
PRECIOS/ RESTAURANTES	☐ Desayunos ☐ Comida ☐ Cena	Observaciones:
ESTANCIA MEDIA HÚESPEDES	☒ 1 Noche ☐ 2 Noche ☐ 3 a 6 Noches ☐ 7 o más	Observaciones:
PROCEDENCIA DE HUÉSPEDES	☐ ☐ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Observaciones:
GASTO MEDIO POR PERSONA/DÍA	Especificar: 450 \$	Observaciones:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias al turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros	Observaciones:
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☒ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Nombre del establecimiento: Hotel Casa Grande Sierra		Tel: 652-572-3923					
Dirección: Calle internacional y 27							
Nombre del Propietario: David Orlando Prieto Carreon							
Nombre del Director:							
Cadena o asociación Hotelera	Si Ø No	Nombre:					
Año de construcción:		Año de la ultima remodelación: Cada año					
Características físicas del edificio							
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	☒ Hotel ☐ Auto hotel ☒ Motel turístico ☐ H. tiempo compartido ☐ Pensión ☐ C. de huéspedes ☐ Albergue ☐ Campamento ☐ Vivienda vacacional ☐ Estancia vacacional ☐ Otra		Categoría ☐ 5* ☐ 4* ☐ 3* ☐ 2* ☐ 1* ☐ Otras				
NÚMERO DE HABITACIONES	Individuales 6 Dobles 10 Triples 2 Otras		☐ Con baño ☐ Sin baño ☒ ☐ ☒ ☐ ☒ ☐ ☐ ☐				
EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS GENERALES	☐ Restaurante ☐ Bar para eventos ☐ Discotecas ☒ Parking ☒ Jardines		☒ Alberca ☒ Sala de banquetes ☐ Sala de reuniones ☐ Instalaciones deportivas ☐ Otras				
SERVICIO DE RESTAURANTE	☐ Categoría ☐ Capacidad del local ☐ Tipo de cocina ☐ Especialidades		☐ Observaciones				
SERVICIO DE HABITACIONES	☒ Teléfono ☒ T.V. ☒ Radio ☒ Mini bar		☐ Caja fuerte ☒ Aire acondicionado Otras ... Cuenta con internet.				
TIPO DE CONSTRUCCIONES	☐ Moderna ☐ Antigua (anterior a 1940) ☒ Arquitectura tradicional ☐ Edificio de valor singular Otras		☐ Observación:				
Valoración de conjunto	(*) Valor del 1 al 5: Estado de conservación Fachada Decoración interior Mobiliario Jardines o zonas libres Limpieza Belleza del entorno Otras		5	4	3	2	1
(*) La puntuación puede ser 5 Excelente 4 Muy bien 3 Bueno 2 Regular 1 Malo			*	*			

Características funcionales de la empresa		
NÚMERO DE EMPLEADOS	☐ ☐ Dirección general ☒ Recepción ☐ Bell Boys ☒ Camaristas ☒ Servicios de habitaciones ☒ Mantenimiento ☐ Cocina ☐ Otros	Coloque el No. de empleados: 1 1 1
PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros	Señalar meses al año:
MEDIA DE OCUPACIÓN ANUAL	Especificar 60 %	Observaciones:
PRECIOS/HABITACIONES	Individuales Dobles Triples Otras... King size	Con baño Sin baño \$600 \$1,100 \$1,500 \$950
PRECIOS/ RESTAURANTES	☐ Desayunos ☐ Comida ☐ Cena	Observaciones:
ESTANCIA MEDIA HÚESPEDES	☐ 1 Noche ☐ 2 Noche ☒ 3 a 6 Noches ☐ 7 o más	Observaciones:
PROCEDENCIA DE HUÉSPEDES	☐ ☐ Extranjeros ☒ Nacionales ☐ Locales (de la región)	Observaciones:
GASTO MEDIO POR PERSONA/DÍA	Especificar: 1100 \$	Observaciones:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias al turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros	Observaciones: Redes sociales
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Nombre del establecimiento: Hotel Santana		Tel: 652-101-3039					
Dirección: Av. Cerro del hospital #3608							
Nombre del Propietario: Aracely Palacios							
Nombre del Director:							
Cadena o asociación Hotelera	Si Ø No	Nombre:					
Año de construcción:		Año de la última remodelación: Cada 5 años					
Características físicas del edificio							
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	☒ Hotel ☐ Auto hotel ☐ Motel turístico ☐ H. tiempo compartido ☐ Pensión ☐ C. de huéspedes ☐ Albergue ☐ Campamento ☐ Vivienda vacacional ☐ Estancia vacacional ☐ Otra		Categoría ☐ 5* ☐ 4* ☐ 3* ☐ 2* ☐ 1* ☐ Otras				
NÚMERO DE HABITACIONES	Individuales Dobles 25 Triples Otras		☐ Con baño ☐ Sin baño ☐ ☐ ☒ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐				
EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS GENERALES	☐ Restaurante ☐ Bar ☐ Discotecas ☒ Parking ☒ Jardines		☐ Alberca ☒ Sala de banquetes ☐ Sala de reuniones ☐ Instalaciones deportivas ☒ Otras Palapa para eventos				
SERVICIO DE RESTAURANTE	☐ Categoría ☐ Capacidad del local ☐ Tipo de cocina ☐ Especialidades		☐ Observaciones				
SERVICIO DE HABITACIONES	• Teléfono ☒ T.V. • Radio • Mini bar		☐ Caja fuerte ☒ Aire acondicionado Otras ... Cuenta con internet.				
TIPO DE CONSTRUCCIONES	☐ Moderna ☐ Antigua (anterior a 1940) ☐ Arquitectura tradicional ☐ Edificio de valor singular ☒ Otras		☐ Observación: Construcción rustica-moderna				
Valoración de conjunto	(*) Valor del 1 al 5: Estado de conservación Fachada Decoración interior Mobiliario Jardines o zonas libres Limpieza Belleza del entorno Otras		5	4	3	2	1
			*				
(*) La puntuación puede ser 5 Excelente 4 Muy bien 3 Bueno 2 Regular 1 Malo							

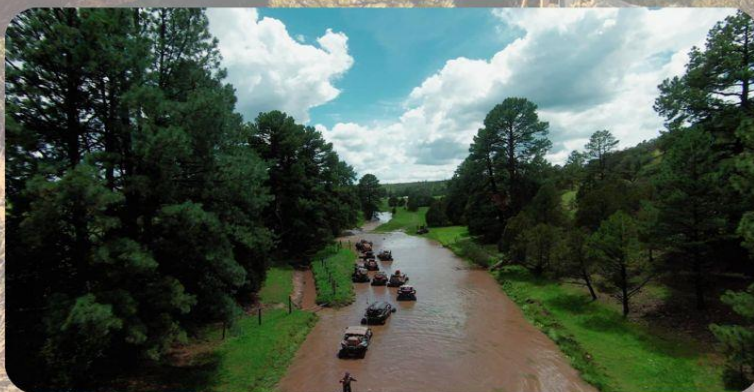
Características funcionales de la empresa		
NÚMERO DE EMPLEADOS	☐ ☒ Dirección general ☒ Recepción ☐ Bell Boys ☒ Camaristas ☐ Servicios de habitaciones ☒ Mantenimiento ☐ Cocina ☐ Otros	Coloque el No. de empleados: 1 1 1
PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros	Señalar meses al año:
MEDIA DE OCUPACIÓN ANUAL	Especificar 80 %	Observaciones:
PRECIOS/HABITACIONES	Individuales Dobles Triples Otras...	Con baño Sin baño \$1,000 \$1,200 \$2,500
PRECIOS/ RESTAURANTES	☐ Desayunos ☐ Comida ☐ Cena	Observaciones:
ESTANCIA MEDIA HÚESPEDES	☐ 1 Noche ☒ 2 Noche ☐ 3 a 6 Noches ☐ 7 o más	Observaciones:
PROCEDENCIA DE HUÉSPEDES	☐ ☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Observaciones:
GASTO MEDIO POR PERSONA/DÍA	Especificar: 1200 \$	Observaciones:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias al turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros	Observaciones: Redes sociales
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☐ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Nombre del establecimiento: Hostal Paraiso Peñitas		Tel: 652-192-5348					
Dirección: Presa Peñitas							
Nombre del Propietario: Socias presa peñitas							
Nombre del Director: Ivonne Ortiz							
Cadena o asociación Hotelera	Si ☐ No	Nombre:					
Año de construcción:		Año de la ultima remodelación: cada año					
Características físicas del edificio							
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	☐ Hotel ☐ Auto hotel ☐ Motel turístico ☐ H. tiempo compartido ☐ Pensión ☐ C. de huéspedes ☐ Albergue ☐ Campamento ☐ Vivienda vacacional ☐ Estancia vacacional ☐ Otra ... Cabaña		Categoría ☐ 5* ☐ 4* ☐ 3* ☐ 2* ☐ 1* ☐ Otras				
NÚMERO DE HABITACIONES	Individuales Dobles Triples Otras 14 cabañas		☐ Con baño ☐ Sin baño ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☒ ☐				
EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS GENERALES	☐ Restaurante ☐ Bar para eventos ☐ Discotecas ☒ Parking ☒ Jardines		☐ Alberca ☒ Sala de banquetes ☒ Sala de reuniones ☒ Instalaciones deportivas ☒ Otras Palapas para eventos				
SERVICIO DE RESTAURANTE	☐ Categoría ☐ Capacidad del local ☐ Tipo de cocina ☐ Especialidades		☐ Observaciones				
SERVICIO DE HABITACIONES	• Teléfono • T.V. • Radio • Mini bar		☐ Caja fuerte ☐ Aire acondicionado Otras ... Cocina equipada				
TIPO DE CONSTRUCCIONES	☐ Moderna ☐ Antigua (anterior a 1940) ☒ Arquitectura tradicional ☐ Edificio de valor singular ☐ Otras Madera		☐ Observación: Cabañas rusticas				
Valoración de conjunto	(*) Valor del 1 al 5: Estado de conservación Fachada Decoración interior Mobiliario Jardines o zonas libres Limpieza Belleza del entorno Otras		5	4	3	2	1
(*) La puntuación puede ser 5 Excelente 4 Muy bien 3 Bueno 2 Regular 1 Malo			*		*		
			*		*		
			*		*		

Características funcionales de la empresa		
NÚMERO DE EMPLEADOS	☐ ☒ Dirección general ☐ Recepción ☐ Bell Boys ☒ Camaristas ☐ Servicios de habitaciones ☒ Mantenimiento ☐ Cocina ☐ Otros	Coloque el No. de empleados: 1 1 1
PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros	Señalar meses al año:
MEDIA DE OCUPACIÓN ANUAL	Especificar 50 %	Observaciones:
PRECIOS/HABITACIONES	Individuales Dobles Triples Otras...	Con baño Sin baño \$1000 por cabaña p 4 personas
PRECIOS/ RESTAURANTES	☐ Desayunos ☐ Comida ☐ Cena	Observaciones:
ESTANCIA MEDIA HÚESPEDES	☐ 1 Noche ☒ 2 Noche ☐ 3 a 6 Noches ☐ 7 o más	Observaciones:
PROCEDENCIA DE HÚESPEDES	☐ ☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☐ Locales (de la región)	Observaciones:
GASTO MEDIO POR PERSONA/DÍA	Especificar: \$	Observaciones:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias al turismo ☐ Asociaciones Otros	Observaciones: Redes sociales
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☐ No	¿De que tipo? Reforestación
OTRAS OBSERVACIONES		

Fichas de recolección de oferta complementaria



FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Ilustar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: "Desafío Madera" evento de senderismo y carrera pedestre		Tel: (652)-192-1213 Fax:
Nombre del Responsable: Jose Guerrero Baca Loya		Cargo: Director
Dirección: Calle 4ta y morelos #504		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☐ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☒ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras.....
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Evento de deporte, turismo y aventura.	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☐ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☒ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u> Caminos y senderos vecinales.
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: Se cobra una inscripcion tentativa de \$300.	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje5%80 %15 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	\$300
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☐ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☒ Otros.....	Señalar meses del año: 31 de Agosto
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes sociales.
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Bienestar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Reto "Peñitas Xtreme" ciclismo de montaña		Tel: (652)-192-1213 Fax:
Nombre del Responsable: Jose Guerrero Baca Loya		Cargo: Director
Dirección: Calle 4ta y morelos #504		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☐ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☒ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras.....
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Evento de deporte, turismo y aventura.	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☐ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☒ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u> Sonido, carpas, mobiliario, templete, vallas, caminos y senderos vecinales.
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: Se cobra una inscripción.	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje5 %80 %15 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	La inscripción
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☐ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☒ Otros.....	Señalar meses del año: 18 de Mayo
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes sociales.
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Bienestar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Paseo turístico MTB ciclismo de montaña		Tel: (652)-192-1213 Fax:
Nombre del Responsable: Jose Guerrero Baca Loya		Cargo: Director
Dirección: Calle 4ta y morelos #504		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☐ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☒ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras.....
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Paseo guiado de ciclismo de montaña	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☐ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☒ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u> Caminos vecinales
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: Inscripciones	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☐ Locales (de la región)	Porcentaje5 %95 %%
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☐ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☒ Otros.....	Señalar meses del año: 7 de septiembre
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes Sociales
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		
Nombre de la empresa: Arte popular Chihuahua (Madera)		Tel: (614)-561-5179 Fax:
Nombre del Responsable: Bonifacio Giron		Cargo: Presidente
Dirección: Primera y 5 de mayo frente a catedral		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☒ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☐ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☒ Otras: Fabricacion y ventas de artesanias
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Uno cooperativa con 5 socios dedicados a fabricar distintas artesanias regionales.	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☒ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☐ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u> Area de exhibicion de artesanias.
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: \$20 a \$1,500 pesos	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje 10 % 70 % 20 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	\$150 pesos
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros.....	Señalar meses del año:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☒ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes sociales.
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☒ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Bienestar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Que bonito es Chihuahua Artesanías		Tel: (614)-561-5179 Fax: _____
Nombre del Responsable: Javier Campa Marquez		Cargo: Propietario
Dirección: Prolongacion primera #7 colonia infonavit		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☒ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☐ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☒ Otras: Ventas de artesanías
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Venta de artesanías en puesto ambulante (carreta) puesta en los eventos y algunos fines de semana.	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☐ Local permanente ☒ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☐ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u> Carreta de promocion.
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: \$20 a \$300 pesos	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje10 %60 %30 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	\$100 pesos
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☐ Todo el año ☒ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros.....	Señalar meses del año: En los eventos de atraccion turistica.
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☒ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes sociales.
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo? Compra de un vehiculo.
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		
Nombre de la empresa: Sotol Fernández		Tel: (652)-103-8209 Fax:
Nombre del Responsable: Bienvenido Fernández		Cargo: Propietario
Dirección: Belisario Dominguez y calle 12		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☒ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras.....
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Elaboracion de sotol, tours sobre elaboracion del producto, evento del burrito sotolero y venta de sotol.	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☒ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☐ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u> Area de destilado y area de demostracion
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: Tour de \$50 pesos por persona.	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje40 %30 %30 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$......	\$300
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros.....	Señalar meses del año:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☒ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Se hace promoción por parte de ompradores a nivel internacional en redes sociales.
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo? Creación de tinas de fermentación
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Respetar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Loncheria Jiménez		Tel: (652)-103-8275 Fax:
Nombre del Responsable: Maria del Rosario Jiménez		Cargo: Encargada
Dirección: Calle 5ta y Guerrero colonia centro		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☒ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras.....
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Restaurante	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☒ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☐ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u>
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo:	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☐ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje % 10 % 90 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$......	\$180
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros.....	Señalar meses del año:
TIPO DE PROMOCIÓN	☒ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes sociales
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo? Mejor equipo de trabajo
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Bienestar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Torneo de Pesca		Tel: (652)-103-8275 Fax:
Nombre del Responsable: Paola Toquinto Sanchez		Cargo: Encargada
Dirección: Calle 5ta y Guerrero colonia centro		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☐ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☒ Otras.....
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Torneo de Pesca	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☐ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☒ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u> Presa Peñitas
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: \$350 por persona	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☐ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje %30 %70 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☐ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☒ Otros.....	Señalar meses del año: Agosto
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes sociales
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo? Lograr tener mayor impacto turistico.
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Benestar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Ostioneria y Pescaderia La Boquilla		Tel: (652)-572-0190 Fax:
Nombre del Responsable: Jesus Andujo Serrano		Cargo: Dueño
Dirección: Calle 3ra y 5 de mayo #4		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☒ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras.....
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Restaurante	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☒ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☐ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u>
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: según el platillo	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje % % %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros.....	Señalar meses del año:
TIPO DE PROMOCIÓN	☒ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Radio
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☒ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Bienestar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Ruta Sierra Pima		Tel: (652)-104-6621 Fax:
Nombre del Responsable: Guillermo Hernandez T.		Cargo:
Dirección: Calle 3ra y 5 de mayo #112		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☐ Alimentos y bebidas ☒ Eventos	☐ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras.....
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Evento de vehiculos todo terreno utilitarios y 4x4	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☐ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☒ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u>
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: variable	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje25 %65 %10 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	\$10,000 por hospedaje, comidas y transportaciones
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☐ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☒ Otros.....	Señalar meses del año: Agosto 14-16
TIPO DE PROMOCIÓN	☒ Publicidad en prensa ☒ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes sociales
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo? Aumentar fechas
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Renovar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Latarima		Tel: (636)-122-7302 Fax:
Nombre del Responsable: Adriana Gonzalez G.		Cargo: Dueña
Dirección: 5 de mayo y calle 3ra		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☒ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras.....
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: cafetería	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☒ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☐ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u>
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo:	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☐ Extranjeros ☐ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje % % 100 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.	\$120
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros.....	Señalar meses del año:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes sociales
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☒ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Bienestar para el Pueblo. Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Asociacion Civic Cruz Roja Mexicana de Madera		Tel: Fax:
Nombre del Responsable: Sandra Elia Caraveo J.		Cargo: Presidenta
Dirección: Av. Chihuahua Madera, Chihuahua		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☐ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☒ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras.....
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Carrera pedestre y senderismo	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☐ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☒ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u>
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: \$500 inscripcion a carrera	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☐ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje % % %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	\$1,500
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☐ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☒ Otros.....	Señalar meses del año: Agosto
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Facebook
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☒ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Bienestar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: 3x3 Basquetbol Colectivo Xiji		Tel: (614)-394-3689 Fax:
Nombre del Responsable: Fabian Moya		Cargo:
Dirección: Cipres 320 I.		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☐ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☒ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras.....
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Competencias de basquetbol juvenil, infantil y familiar.	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☐ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☒ Sin seda fija ☐ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u>
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: \$100 - \$500 por persona	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☐ Extranjeros ☐ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje % % 100 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☐ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☒ Otros.....	Señalar meses del año: 7 de Junio
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes sociales
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☒ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Beneficio para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Chinaca Adventure Colectivo Xiji		Tel: (652)-103-7479 Fax:
Nombre del Responsable: Edgar Erives Parra		Cargo:
Dirección: Calle 7ta y pacheco #704 colonia centro		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☐ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☒ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras.....
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Ciclismo de montaña	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☐ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☒ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u> Recorrido por diversos predios
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: Promedio de \$600 (inscripciones)	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje10 %30 %60 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	\$1,500
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☐ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☒ Otros.....	Señalar meses del año: 24 de Agosto 2025
TIPO DE PROMOCIÓN	☒ Publicidad en prensa ☒ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes sociales
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☒ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Bienestar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Xiji 10K Colectivo Xiji		Tel: (652)-101-0827 Fax:
Nombre del Responsable: Oscar Orlando Girón		Cargo:
Dirección:		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☐ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☒ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras.....
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Carrera pedestre	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☐ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☒ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u> Diversos predios
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: Promedio de \$600	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje 10 % 20 % 70 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	\$2,000
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☐ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☒ Otros.....	Señalar meses del año: 5 de Octubre
TIPO DE PROMOCIÓN	☒ Publicidad en prensa ☒ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes sociales
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☒ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Bienestar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Cinema Rural Colectiva Xiji		Tel: (652)-106-7559 Fax:
Nombre del Responsable: Jorge Benjamin Armas		Cargo:
Dirección:		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☐ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☒ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras.....
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Festival de cine	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☒ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☐ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u> Audio y video
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: \$5,000 mas viaticos	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☐ Extranjeros ☐ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje % % 100 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☐ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☒ Otros.....	Señalar meses del año: Diciembre
TIPO DE PROMOCIÓN	☒ Publicidad en prensa ☒ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes sociales
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo? Duplicar sedes
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Benestar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Producciones de Trucha		Tel: (652)-192-8610 Fax: (652)-572-1076
Nombre del Responsable: Martin R. Espinoza H.		Cargo: Asesor Tecnico
Dirección: Av. 5 #505		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☒ Organización de viajes o excursiones ☒ Alimentos y bebidas ☒ Eventos	☐ Actividades culturales ☒ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras.....
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Produccion y comercializacion de trucha en todas sus presentaciones, eventos de pesca deportiva y visitas guiadas.	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☒ Local permanente ☒ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☒ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u> Equipo para comercializacion de truch y infraestructura para produccion de trucha.
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: Depende de la presentacion que se requiere	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☐ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje %35 %65 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	\$350 - \$500 por cliente
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros.....	Señalar meses del año:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☒ Folletos ☐ Ferias de turismo ☒ Asociaciones ☐ Otros.....	Observaciones: Asistencia a eventos de promocion del producto trucha.
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo? Incremento de la produccion de trucha.
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Bienestar para el Pueblo. Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Taqueria Gámez		Tel: (652)-572-3780 Fax:
Nombre del Responsable: Ilibaldo Gámez		Cargo: Jefe
Dirección: Calle 3ra y Jose Maria Mari		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☒ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras:
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Venta de tacos, papas, hamburguesas y queiscarnes	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☒ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☐ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u>
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: \$100 pesos	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☐ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje %80 %20 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	\$100 pesos
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros.....	Señalar meses del año:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes Sociales
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☒ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Bienestar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Mariscos Sinaloa		Tel: (652)-572-0175 Fax:
Nombre del Responsable: Arturo Armando Diaz Castro		Cargo: Gerente
Dirección: Calle 5ta y morelos		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☒ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras:
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Mariscos	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☒ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☐ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u>
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo:	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje5%15%80%
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	\$300 pesos
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros.....	Señalar meses del año:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☒ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☐ Otros.....	Observaciones: Calendarios
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☒ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

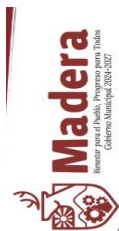
FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		
Nombre de la empresa: Cafeteria Los Lobos		Tel: (652)-572-0900 Fax:
Nombre del Responsable: Jorge Velazco Virgen		Cargo: Dueño
Dirección: Calle 7ta y Guerrero #300		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☒ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras:
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Comida mexicana y hamburguesas	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☒ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☐ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u> Cocina, baños, privado, y area de mesas
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: \$70, \$250 500 g platillo de carne.	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☐ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje % 10 % 90 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	Variable
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros.....	Señalar meses del año: Horario: 7:30 a.m. - 9:30 p.m.
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Promocion de tortas o hamburguesas 4 x \$140 pesos
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo? Salon de eventos 800m
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Bienestar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Jarana		Tel: (614)-284-5698 Fax:
Nombre del Responsable: Jesus Muñoz S.		Cargo: Dueño
Calle Ojinaga y 1a		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☒ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☒ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras:
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Venta de comida variada chamorros, boneless, tacos etc.	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☒ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☐ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u> Cocina, baños y area para comida
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: chamorro \$130 pesos	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☐ Extranjeros ☐ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje % % 100 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	\$120 pesos
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros.....	Señalar meses del año:
TIPO DE PROMOCIÓN	☒ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☐ Otros.....	Observaciones:
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☒ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Benestar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Cielito Lindo Café		Tel: (652)-101-5982 Fax:
Nombre del Responsable: Ariel Garcia		Cargo: Dueño
Dirección: Maple Fracc. Bosques de Chihuahua		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☒ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras:
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Venta de café y postres.	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☒ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☐ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u> Cocina, privado y area comun
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo:	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje2 %2 %96 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	\$150 pesos
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros.....	Señalar meses del año:
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes sociales
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☒ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Bienestar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: Sam Bigotes		Tel: (652)-688-0188 Fax:
Nombre del Responsable: Rita Leticia Talamantes		Cargo: Dueña
Dirección: Calle 3a y Ahumada #305 colonia centro		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☒ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras:
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Venta de platillos con carne asada	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☒ Local permanente ☒ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☐ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u> Baño, cocina, area de comida y puesto para eventos
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: \$130 pesos	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje10%20%70%
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	\$160 pesos
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros.....	Señalar meses del año: Descanso el lunes, fechas inhábiles y navidad horario de 1:00 p.m. a 10:00 p.m.
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes sociales
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☐ Si ☒ No	¿De que tipo?
OTRAS OBSERVACIONES		

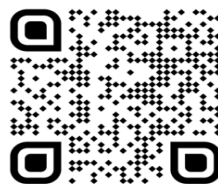
FICHA DE RECOLECCIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA		 Madera Benestar para el Pueblo, Progreso para Todos Gobierno Municipal 2024-2027
Nombre de la empresa: La Cueva del Indio Restaurant		Tel: (652)-572-0711 Fax:
Nombre del Responsable: Fernando Jáquez		Cargo: Dueño
Dirección: Calle 1a y Abraham González colonia centro		
TIPO DE SERVICIOS TURISTICOS QUE PRESTA LA EMPRESA	☐ Información turística ☐ Transportes ☐ Organización de viajes o excursiones ☒ Alimentos y bebidas ☐ Eventos	☐ Actividades culturales ☐ Actividades deportivas ☐ Animación / guías ☐ Comercio ☐ Otras:
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	Observaciones: Venta de platillos mexicanos, tradicionales, mariscos y cortes	
TIPO DE INSTALACIONES Y EQUIPO	Instalaciones ☒ Local permanente ☐ Puesto desmontable ☐ Sin seda fija ☐ Otras.....	<u>Descripción de los equipos</u> Cocina, baños, privado, servicio de buffet martes y jueves y cubren eventos fuera.
PRECIOS DEL SERVICIO	Descripción del servicio y su costo: \$220 pesos por corte	
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	☒ Extranjeros ☒ Nacionales ☒ Locales (de la región)	Porcentaje 10 % 20 % 70 %
GASTO MEDIO POR CLIENTES	Especificar \$.....	\$280 pesos
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	☒ Todo el año ☐ Temporada alta ☐ Periodos concretos ☐ Otros.....	Señalar meses del año: Descanso el 25 de Diciembre
TIPO DE PROMOCIÓN	☐ Publicidad en prensa ☐ Folletos ☐ Ferias de turismo ☐ Asociaciones ☒ Otros.....	Observaciones: Redes sociales. Radio y pantalla
PROYECTOS DE AMPLIACIÓN	☒ Si ☐ No	¿De que tipo? Agrandar el establecimiento.
OTRAS OBSERVACIONES	Horario de 8.00 a.m.-8:00 p.m. invierno cierra a las 7:30 p.m.	



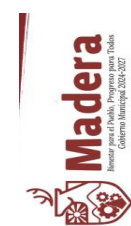
PLAN DE GESTIÓN



Y SU IMPACTO REGIONAL
CIUDAD MADERA, CHIHUAHUA



PLAN DE GESTIÓN MUSEO CASAS ACANTILADO



PRESENTACIÓN

La génesis del Museo Casas Acantilado se remonta a varios años atrás, y en la actualidad, se gestiona ante el Programa Ode Proyectos de Inversión de Infraestructura Social la dotación de la infraestructura y de los programas de subvención de operación, difusión y vinculación cultural del Norte del Estado de Chihuahua al resto del país.

Este proyecto adquiere especial relevancia al brindar los medios necesarios para explorar a fondo esta vasta región del estado y para apreciar la herencia cultural ancestral de los antiguos moradores de estas tierras durante la época precolombina.

Estos pioneros, una sociedad de cazadores, recolectores y agricultores que habitó la región hace varios siglos, dejaron una huella profunda en la región de Madera, Chihuahua. Sus modos de vida quedaron plasmados en los vestigios arqueológicos que hoy nos hablan en susurros del conocimiento que desarrollaron para adaptarse al medio natural con éxito. Desde cómo se enfrentaron al clima hasta cómo aprovecharon los recursos del entorno, estos testigos silenciosos nos revelan la expansión de su cultura y su intercambio con otras regiones del norte de México antiguo.

El Plan de Gestión del Museo Casas Acantilado y su impacto, busca atender el ejercicio de los derechos culturales y la conservación del patrimonio arqueológico de la nación.

Sus impactos se extienden al ámbito comunitario, económico y cultural.



CONTENIDO

El Plan de Gestión del Museo Casas Acantilado y su impacto, consta de los siguientes documentos:

1. Ficha técnica PPI
2. Presentación del Plan de Gestión
3. Anexo A. Descripción del proyecto
4. Anexo B. Catálogo de obra y presupuesto base

PLAN DE GESTIÓN MUSEO CASAS ACANTILADO



JUSTIFICACIÓN DE LA INTERVENCIÓN

El proyecto del Museo Casas Acantilado propone:

- **Rescatar y dignificar la cultura Casas Acantilado** mediante un espacio museístico que integre contenidos educativos y recreativos actualizados, con énfasis en los valores históricos, culturales y de sostenibilidad.
- **Fomentar aprendizajes profundos y significativos sobre la historia**, la arquitectura y el entorno natural de la región, especialmente entre estudiantes.
- **Promover el turismo cultural** como motor económico para la región, integrando el patrimonio arqueológico en una oferta turística más accesible y atractiva.
- **Fortalecer el tejido social** mediante actividades culturales que abonen a la convivencia, la paz y el orgullo de pertenencia.
- **Incentivar reflexiones sobre sostenibilidad**, promoviendo el cuidado del agua, los bosques y otros recursos naturales desde una perspectiva histórica.

En conjunto, el proyecto busca contrarrestar los efectos negativos del miedo social y la violencia mediante la educación, la cultura y la cohesión comunitaria, convirtiendo al museo en un símbolo de esperanza y desarrollo para Ciudad Madera y sus alrededores.



CHIHUAHUA
GOBIERNO DEL ESTADO
Juntos sí podemos

200
AÑOS
BICENTENARIO
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS



SECRETARÍA
DE CULTURA



Madera
Iniciativa para el Pueblo, Progreso para Todos
Gobierno Municipal 2004-2027



PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA

1. Reconocimiento insuficiente de la Cultura Casas Acantilado:

- A pesar de su relevancia histórica, la Cultura Casas Acantilado ha sido invisibilizada en el estado de Chihuahua y en la región.
- Los espacios arqueológicos abiertos carecen de discursos actualizados, lo que limita la conexión y el aprendizaje significativo para los visitantes.

2. Saqueo y deterioro de sitios arqueológicos:

- La falta de estudios arqueológicos previos propició el saqueo de bienes culturales, especialmente impulsado por el mercado ilegal hacia Estados Unidos.
- Los sitios arqueológicos han sufrido daños por el paso del tiempo y el descuido.

3. Carencia de infraestructura cultural en Ciudad Madera:

- Ciudad Madera no cuenta con un espacio museístico que reivindique y difunda adecuadamente la cultura Casas Acantilado.
- La ausencia de un museo limita el acceso al conocimiento histórico y cultural para la población local, especialmente para niños, adolescentes y jóvenes.

4. Acceso limitado a los sitios arqueológicos:

- La distancia y la falta de infraestructura dificultan el acceso de la población general a los sitios arqueológicos, lo que limita su impacto educativo y turístico.

5. Impacto de la violencia y el miedo social:

- La violencia generada por el crimen organizado ha erosionado los lazos comunitarios y promovido un estado de miedo social en Ciudad Madera y sus alrededores.

- Este entorno ha afectado la convivencia, la confianza y el respeto intergeneracional en las comunidades.

5. Declive económico de la región:

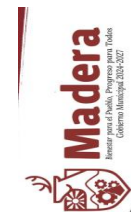
- La caída de la industria forestal y el cierre del ferrocarril impactaron negativamente la economía local, reduciendo las oportunidades laborales y comerciales.
- Aunque el turismo ha mostrado avances, carece de un eje cultural que potencie el desarrollo sostenible.

	Infraestructura social Zonas arqueológicas	Museo Casas Acantilado	Ciudad Madera, Chihuahua	Edificio Pleamar
		Actualización del cedulario en la ruta de los visitantes en los diferentes recorridos.	Sitios arqueológicos	- Las 40 Casas - Conjunto Huápoca - Cueva Grande
Vinculación	Vinculación	Atención a grupos y formación de público.	Visitas guiadas en el museo y sitios arqueológicos	
Difusión del patrimonio	Difusión del patrimonio	Educación a distancia	Publicaciones	- Dossier - Poster - Página Web
		Capacitación	- Maestros - Guías de turistas - Custodios personal del INAH	
Operación	Operación	Gastos de operación e insumos.	Museo Casas Acantilado	Recursos humanos Recursos materiales Servicios
		Preventivo	Conservación del edificio, museografía. Rutas y senderos a los sitios arqueológicos,	Museo Casas Acantilado Rutas y senderos de los sitios arqueológicos con visita abierta al público.
Mantenimiento	Mantenimiento			

PLAN DE GESTIÓN MUSEO CASAS ACANTILADO



Componente	Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Monito total (incluye IVA 16%)
Plan de Gestion del Museo Regional Casas Acantilado y su impacto				
1. Museo Casas Acantilado				
Proyecto Ejecutivo	Ingenierías y recursos técnicos	\$725,000.00	1.00	\$725,000.00
I. Rehabilitación del edificio	Mantenimiento general del inmueble con acciones de conservación, liberación, integración y reintegración de elementos.	\$23,813,304.45	1.00	\$27,623,433.16
II. Museografía interior	Construcción de los elementos y recursos museográficos de las salas de exposición.	\$10,428,784.50	1.00	\$12,097,390.02
III. Museografía exterior	Construcción de jardín interpretativo compuesto por la réplica de la Casa Acantilado, terraza de cultivo y jardín de plantas medicinales.	\$8,676,961.49	1.00	\$10,065,275.33
1.4. Equipamiento	Dotación de mobiliario y equipo de oficinas, talleres, salón de usos múltiples.	\$2,200,000.00	1.00	\$2,552,000.00
1.5. Mantenimiento	Mantenimiento y mejoramiento preventivo - correctivo anual de las instalaciones. Materiales, equipo, herramientas, reposiciones, .	\$338,533.00	6.00	\$2,356,189.68
1.6. Operación	Gastos operativos anuales, pago a personal propio y externo. Insumos, servicios y requerimientos diversos.	\$599,827.92	6.00	\$4,174,802.29
2. Zonas Arqueológicas				
Recursos interpretativos	Cedulario de las zonas arqueológicas: Cuarenta casas, Cueva Grande, Conjunto Huápoca y Sirupa.	\$45,000.00	3.00	\$135,000.00
3. Acciones de Difusión, Vinculación y Capacitación				
Difusión	Producción de materiales educativos. Dossier, poster y página web.	\$80,000.00	6.00	\$480,000.00
Vinculación	Visita guiada a alumnos de escuelas de la zona y de la región. Traslados escolares	\$175,000.00	6.00	\$1,050,000.00
Capacitación	Taller presencial y en línea para docentes, custodios, personal auxiliar, promotores turísticos, guías y público en general.	\$120,000.00	6.00	\$720,000.00



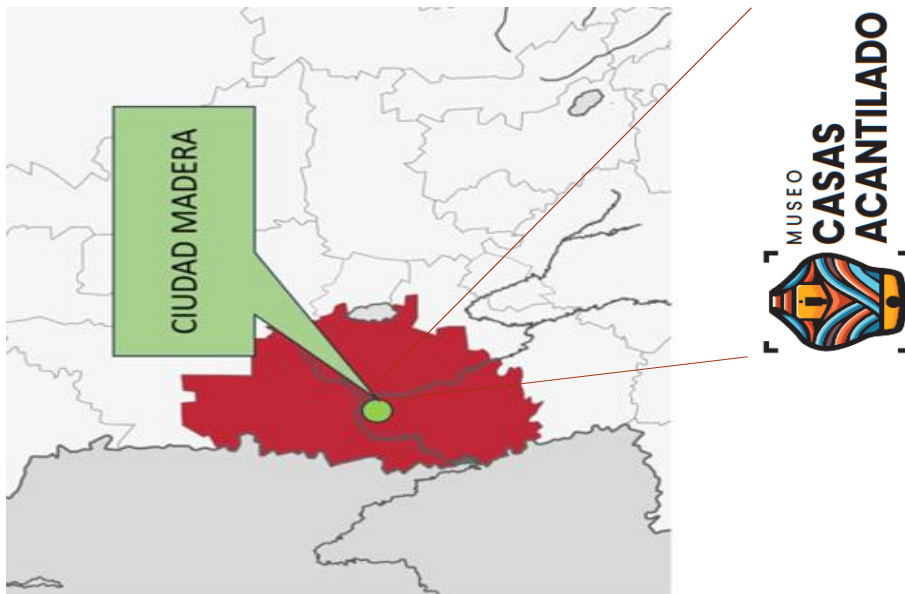
DESCRIPCION DEL PROYECTO Y SUS COMPONENTES

LOCALIZACION

La cultura casas acantilado se extiende en la sierra tarahumara dentro de la sierra madre occidental entre los estados de chihuahua y sonora.

Se identifica su presencia en la región de acantilados en el actual municipio de Madera Chihuahua.

Comparte algunos rasgos de la cultura Casas Grande, sin embargo hay evidencias de una cultura distinta.





IMPACTO REGIONAL

Ciudad Madera, en términos demográficos, económica y políticos, se encuentra entre los 12 centros urbanos más importantes del estado de Chihuahua. Junto con las ciudades de Cuauhtémoc, La Junta y Guerrero, forma un corredor muy dinámico que mezcla actividades tradicionales (agricultura y ganadería) con agroindustria e industria forestal, comercio y servicios, donde historia y patrimonios natural y cultural forman parte de la vida cotidiana de honda tradición y experiencias compartidas. Corredor que incluye los municipios de Cuauhtémoc, Guerrero, Matachí, Temósachic, Madera, Gómez Farías y Namiquipa.

En el contexto de este corredor regional es donde ubicamos el potencial que puede desarrollar el Museo Casas Acatilado. Hablamos de un área de influencia del orden de 250 mil habitantes, articulada por autopista y carretera.

A pesar de la riqueza en patrimonios natural, histórico y arqueológico de la región, especialmente en el municipio de Madera, los resultados en materia de turismo asociado a estos bienes, aún son incipientes y de baja trascendencia. Por ello, estamos convencidos de que, la iniciativa del museo impactará en el desarrollo regional, no solo en detonar actividades relacionadas al turismo cultural, sino también en el fortalecimiento de la identidad y arraigo, en un entorno social con pocas alternativas en ese sentido.

Total de pobladores en Madera al 2020			
MADERA	Total	Hombres	Mujeres
	25144	12406	12738

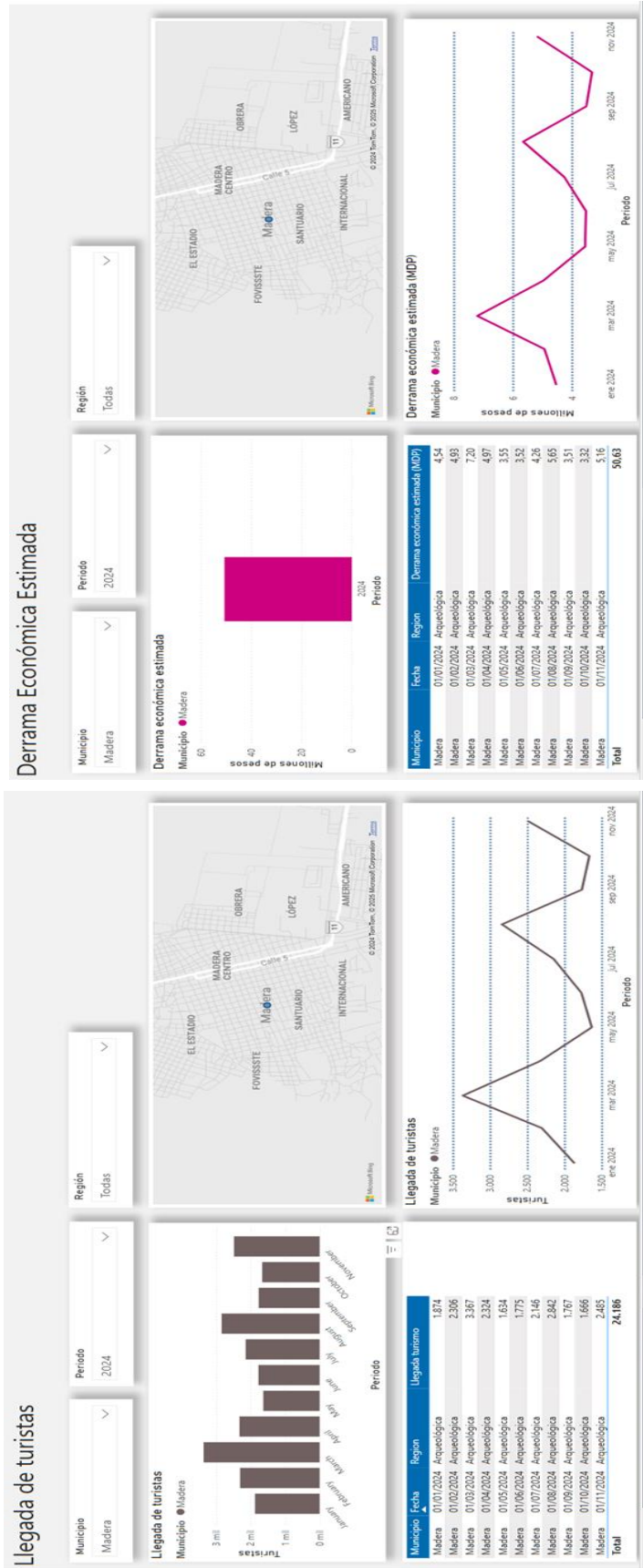
Población de 3 y más años por municipio y su distribución porcentual			
Total	PORCENTAJE		
	ASISTE		NO ASISTE
	Total	Hombres	Mujeres
23,722	25.95	48.17	51.83
	Total		74
			49.48
			50.52



PROMOCION TURISTICA REGIONAL

El Museo Casas Acantilado es un elemento que viene a fortalecer el sector turístico como una de las áreas económicas con mayor potencial en la región.

En 2024 la afluencia de visitas fue de 24,186 personas con interés en las zonas arqueológicas, el impacto económico aportó 50,43 mdp.

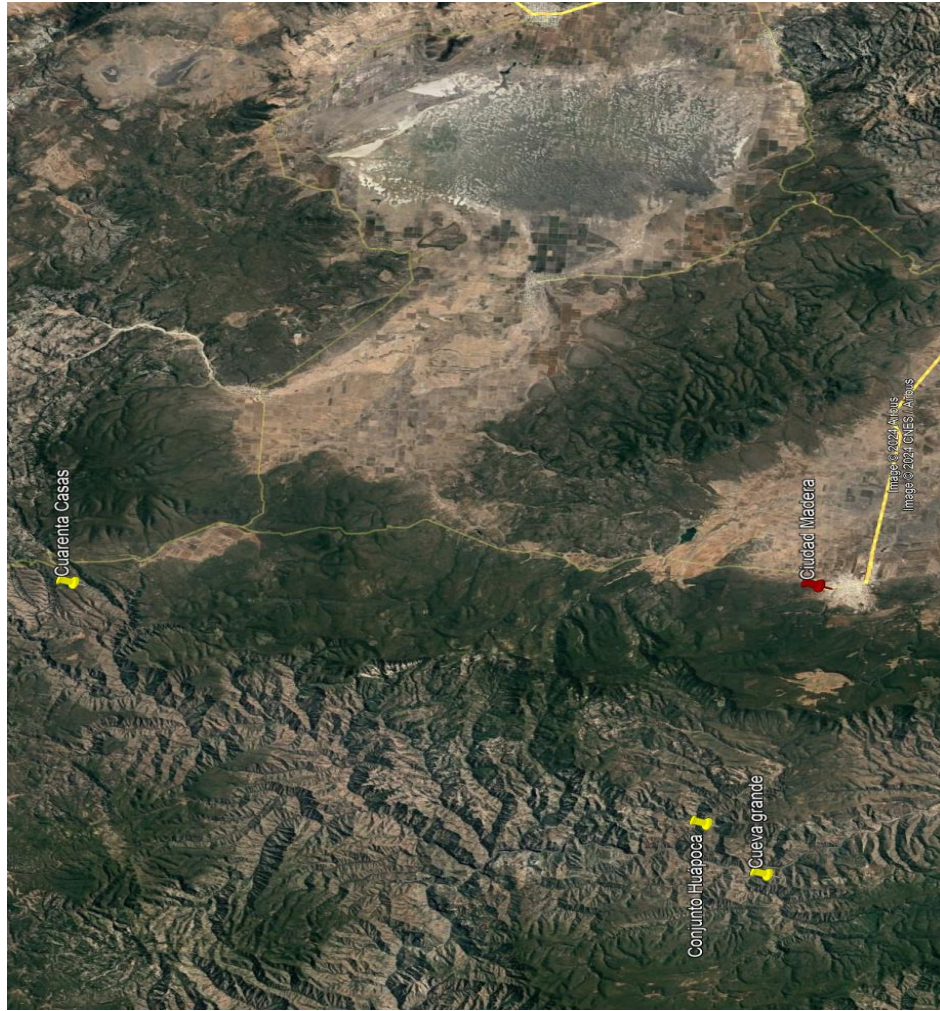




SECRETARÍA
DE CULTURA



SITIOS ARQUEOLÓGICOS



Actualmente se encuentran tres sitios arqueológicos abiertos al público con visita regulada:

- Cuarenta Casas
- Conjunto Huápoca
- Conjunto Sirupa

Una población precolombina dispersa en mas de 3,000 m².

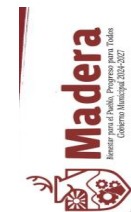
En el área se identifican cinco secciones:

1. Arroyo el Garabato
2. Arroyo El Venado
3. Cañón del embudo
4. Conjunto Huápoca
5. Conjunto Sirupa

Existen mas de 150 estructuras construidas.

El periodo de desarrollo histórico abarca del Se desarrolló entre los años del 1,100 a 1,300 dñe.

PLAN DE GESTIÓN MUSEO CASAS ACANTILADO



REQUERIMIENTOS DE DIFUSION Y VINCULACION AL ESCENARIO CULTURAL DE MEXICO

Los sitios arqueológicos están apartados de la cabecera municipal, las distancias y las condiciones de acceso limitan a las personas a interactuar con las construcciones existentes.

Actualmente los tres sitios cuentan con infraestructura básica para atender a los visitantes.

La problemática asociada abarca tres grandes temas: accesibilidad limitada. comunicación y transporte, cercanía al centro de población.

Las necesidades de mejoramiento para la experiencia en su visita requiere de:

1. Actualización del cedulario en la ruta de enlace del modulo de información hasta el vestigio arqueológico.
2. Programa de visitas
3. Difusión del patrimonio



SECRETARÍA
DE CULTURA



OFERTA ACTUAL

LUGARES INAH	INAH	INAH

- LAS 40 CASAS
- CONJUNTO HUAÍPOCA
- CUEVA GRANDE

Las condiciones naturales fueron propicias, en una región de sierras altas donde eran comunes las lluvias abundantes en el verano y las nevadas copiosas durante el invierno, también se caracteriza por contar con barrancos o depresiones donde circulan las aguas de arroyos y ríos mas importantes de la región.

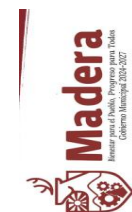
El acceso a los tres sitios arqueológicos por el público general esta limitado dadas las condiciones geográficas de la región. Son zonas de difícil acceso desde la cabecera municipal en donde habitan 25,000 habitantes.

Actualmente la sobreexplotación del bosque que fue su principal motor económico y de desarrollo desde hace poco más de un siglo, tiene un efecto climático y económico que requiere de estrategias vinculadas al turismo cultural y comunitario.

PLAN DE GESTIÓN MUSEO CASAS ACANTILADO

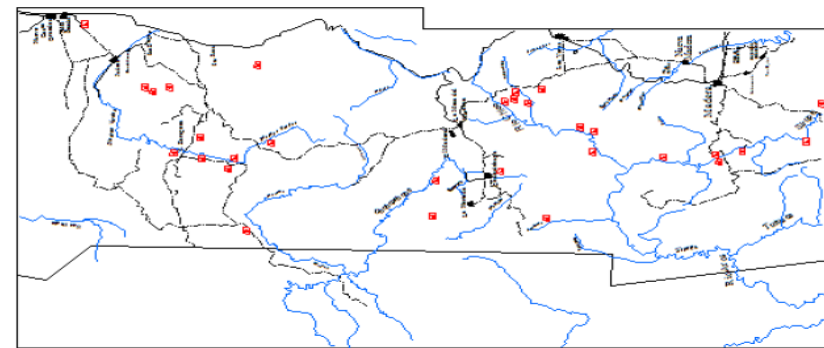


PLAN DE GESTIÓN MUSEO CASAS ACANTILADO





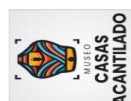
DISTRIBUCION DE LOS SITIOS ARQUEOLOGICOS



Las Casas Acantilado se encuentran en cavidades naturales que se localizan en la levan en la pared rocosa del acantilado.

Los asentamientos dispersos agrupan a comunidades de distinto numero de individuos, no obstante se encuentran conectados mediante un sistema de arroyos y caminos que contribuye a determinar su región.

Fig. 2. Distribución de Casas en Acantilado en la Sierra Madre Occidental en Chihuahua (tomado del archivo técnico del Proyecto Arqueológico Provincia Serrana de Paquime).



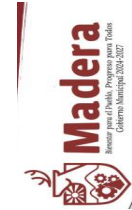
MUSEO CASAS ACANTILADO Y SUS IMPACTOS

El Museo Casas Acantilado emerge como un vehículo para fomentar el respeto hacia los valores inherentes de la cultura ancestral de esta región y su legado. Es parte integral de un esfuerzo por conectarnos con el vasto patrimonio cultural que se extiende a lo largo y ancho de esta área geográfica.

Cada rincón, cada estructura y cada artefacto encarnan las particularidades del entorno que los alberga. Comparten elementos arquetípicos arraigados en la cultura local y evolucionan en consonancia con sus circunstancias, aspiraciones y expresiones, contribuyendo así a la construcción de un tejido colectivo para sus habitantes y comunidades. A través de su arquitectura, objetos diversos y vestigios del pasado, el museo revela la riqueza cultural que ha sido meticulosamente explorada y estudiada a lo largo de los últimos 150 años.

El museo se erige como un mediador y catalizador de los intereses de diversos grupos, fusionando la expresión cultural de Casas Acantilado con los aportes científicos provenientes de diversas disciplinas. Su objetivo es interpretar los elementos que la realidad contemporánea nos permite apreciar, analizar, interpretar y compartir, enriqueciendo así nuestro entendimiento del pasado y del presente.

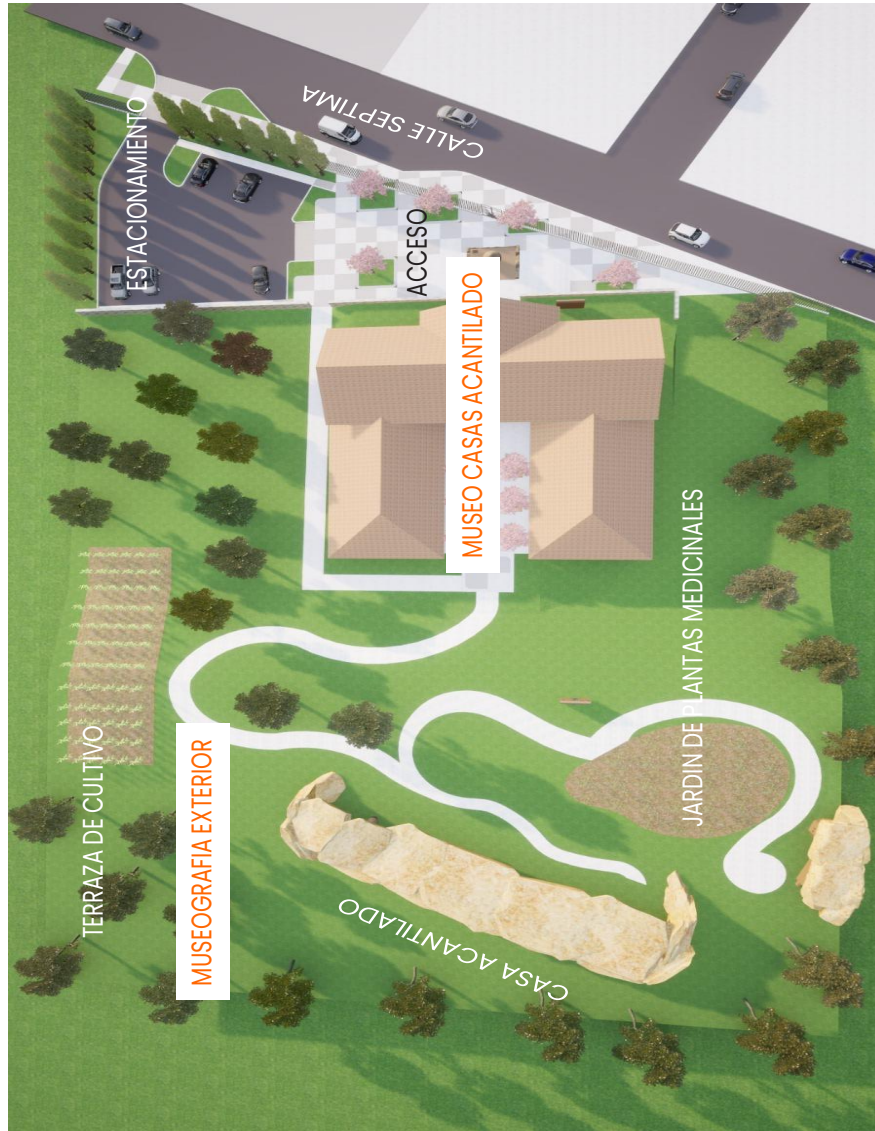
Es crucial reconocer el contexto en el que esta iniciativa cobra vida. En un momento en el que los museos enfrentan el desafío de transformarse en facilitadores que transmiten conocimiento a través de experiencias, observaciones, análisis y asimilación de objetos e información, el Museo Casas Acantilado se posiciona como un faro de aprendizaje y reflexión. Este momento histórico nos brinda la oportunidad de integrar a nuestra experiencia y estilo de vida ejemplos de sustentabilidad, armonía y generosidad para preservar no solo el legado ancestral, sino también nuestra propia expresión, pasada, presente y futura.



PLANTA DE CONJUNTO

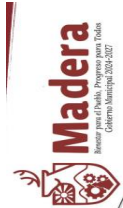
PLANTA DE CONJUNTO

1. ACCESO
2. ESTACIONAMIENTO
3. MUSEO CASAS ACANTILADO
4. REPLICA CASA ACANTILADO
5. TERRAZA DE CULTIVO
6. JARDIN BOTANICO DE PLANTAS MEDICINALES



PLANTA DE CONJUNTO

MUSEOGRAFIA EXTERIOR



REHABILITACIÓN DE PLEAMAR A MUSEO

PROGRAMA ARQUITECTONICO

PLANTA BAJA

1. ACCESO
2. SALA 1 MEDIO NATURAL
3. SALA 2 CULTURAS ORIGINARIAS
4. SALA 3 CASAS ACANTILADO
5. EXPOSICIONES TEMPORALES
6. COLECCIONES ESPECIALES
7. PRODUCCION Y MANTENIMIENTO MUSEOGRAFICO
8. AUDIOVISUAL
9. OFICINAS
10. TIENDA DEL MUSEO
11. SERVICIOS SANITARIOS
12. JARDIN



PLANTA BAJA

MUSEOGRAFIA EXTERIOR

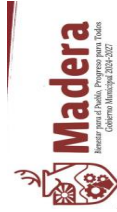


CHIHUAHUA
GOBIERNO DEL ESTADO
Juntos Si podemos

200
AÑOS
BICENTENARIO
del Estado de Chihuahua



SECRETARÍA
DE CULTURA



Rehabilitación de Pleamar a Museo

PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

PLANTA ALTA

1. TALLER DE ARTE
2. TALLER DE MUSICA
3. BIBLIOTECA
4. CREATIVIDAD EN MADERA
5. BIBLIOTECA VIRTUAL
6. BALCÓN



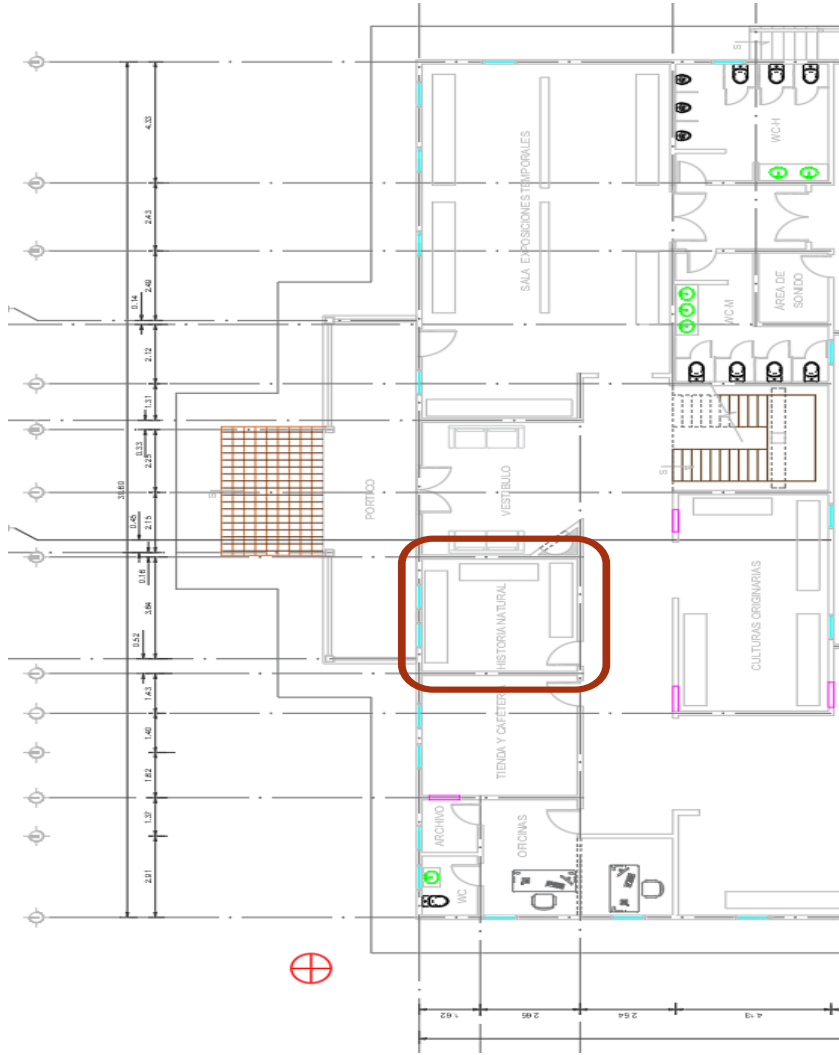
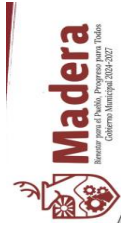
PLANTA ARQUITECTÓNICA ALTA

MUSEOGRAFÍA EXTERIOR





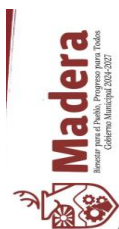
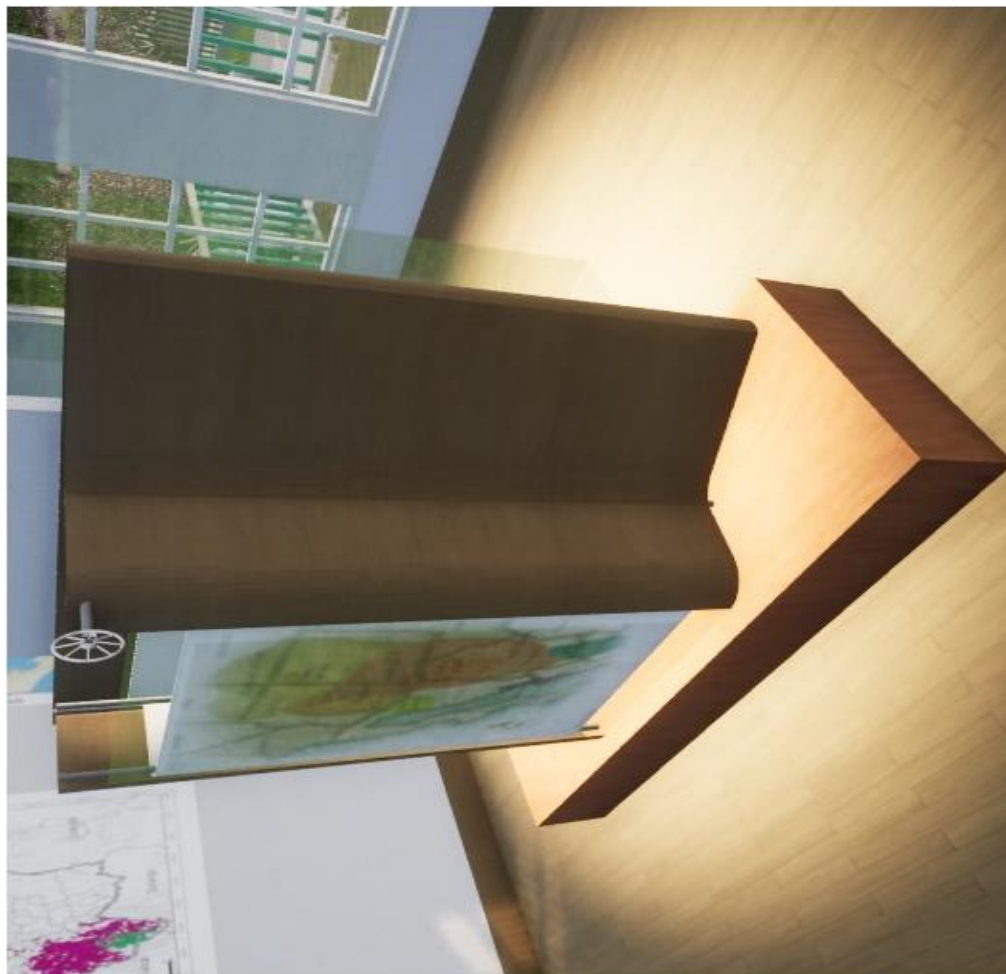


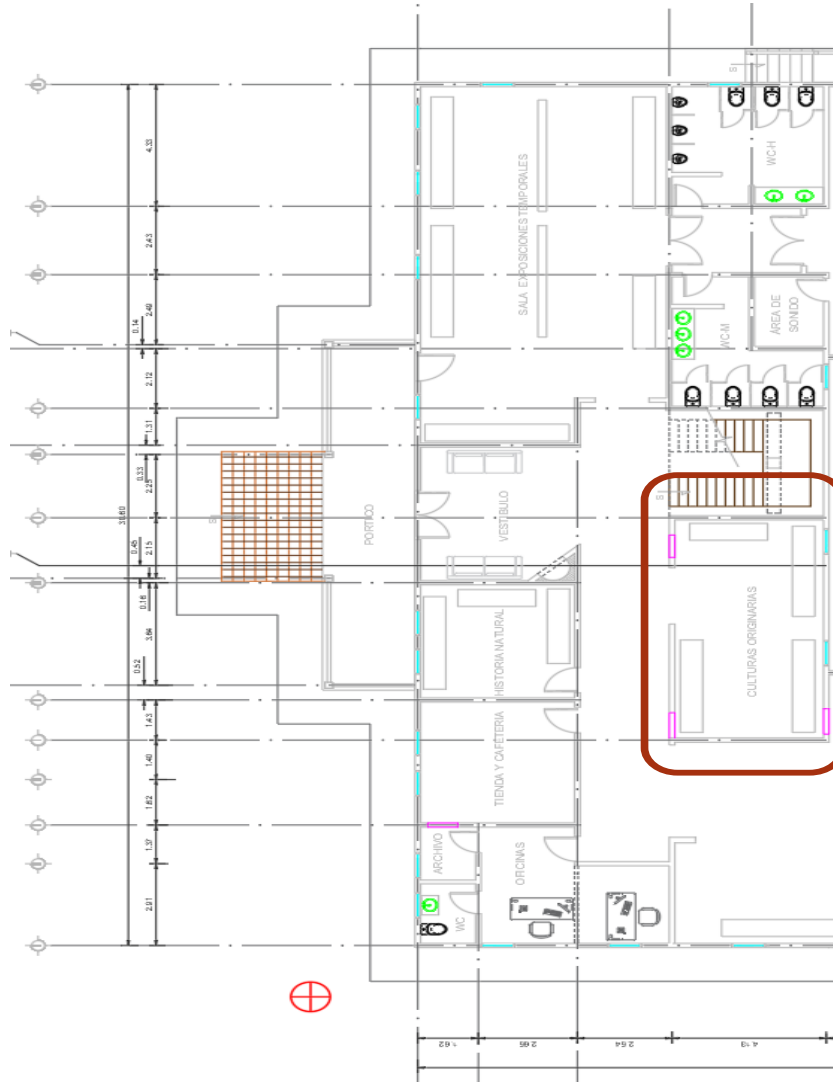
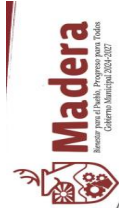


Sala 1

Describir las características naturales del entorno en el que se desarrolló la cultura Casas Acanalado en la región de Madera, Chihuahua.



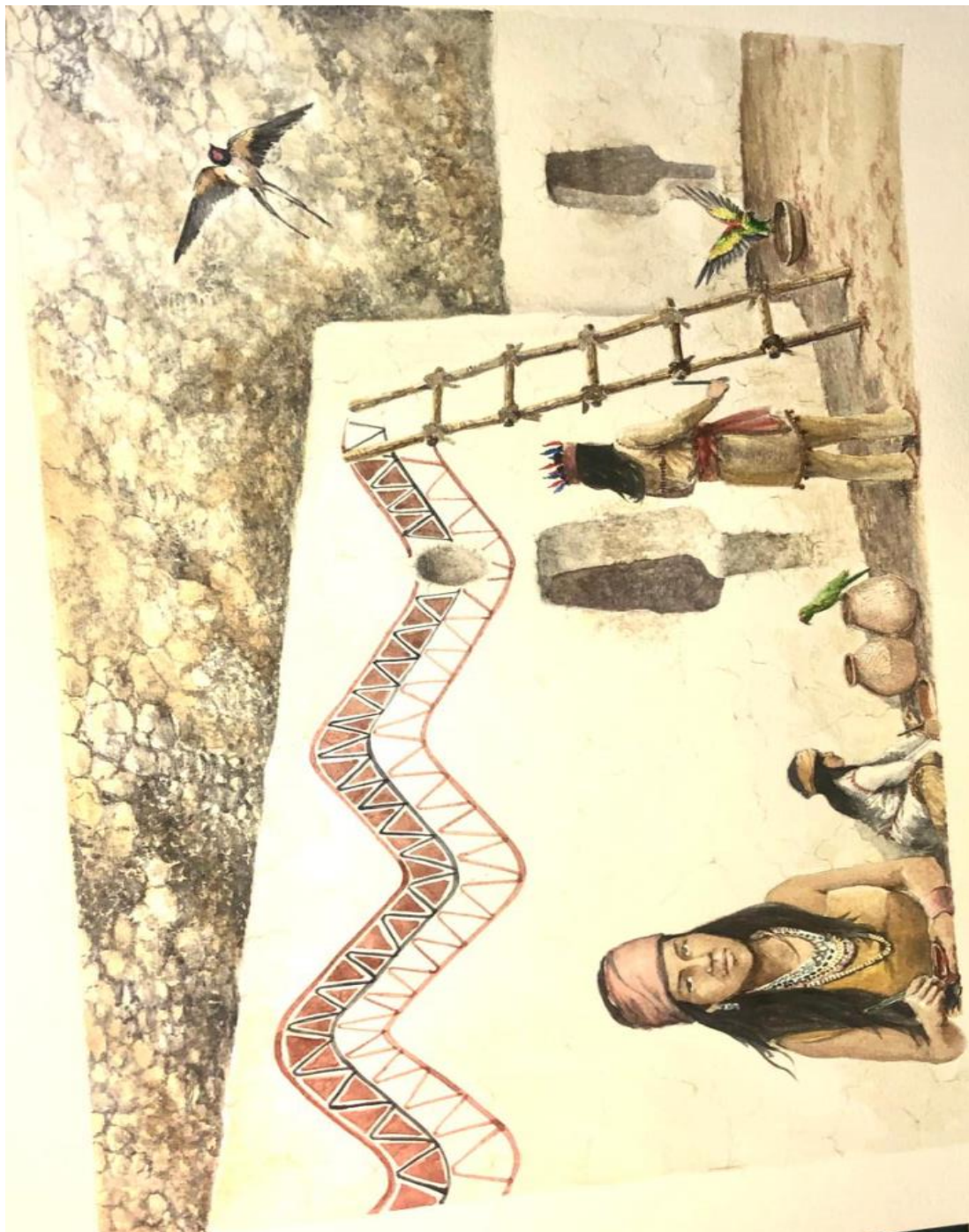




Sala 2

Cazadores recolectores

Dar a conocer algunos rasgos distintivos presentes en las sociedades cazadoras recolectoras que antecedieron la Cultura Casas Acantilado.



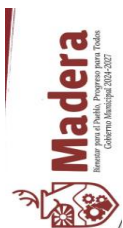


CHIHUAHUA
GOBIERNO DEL ESTADO
Juntos Si podemos

200
AÑOS
BICENTENARIO
ESTADO DE CHIHUAHUA

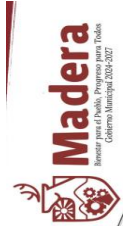


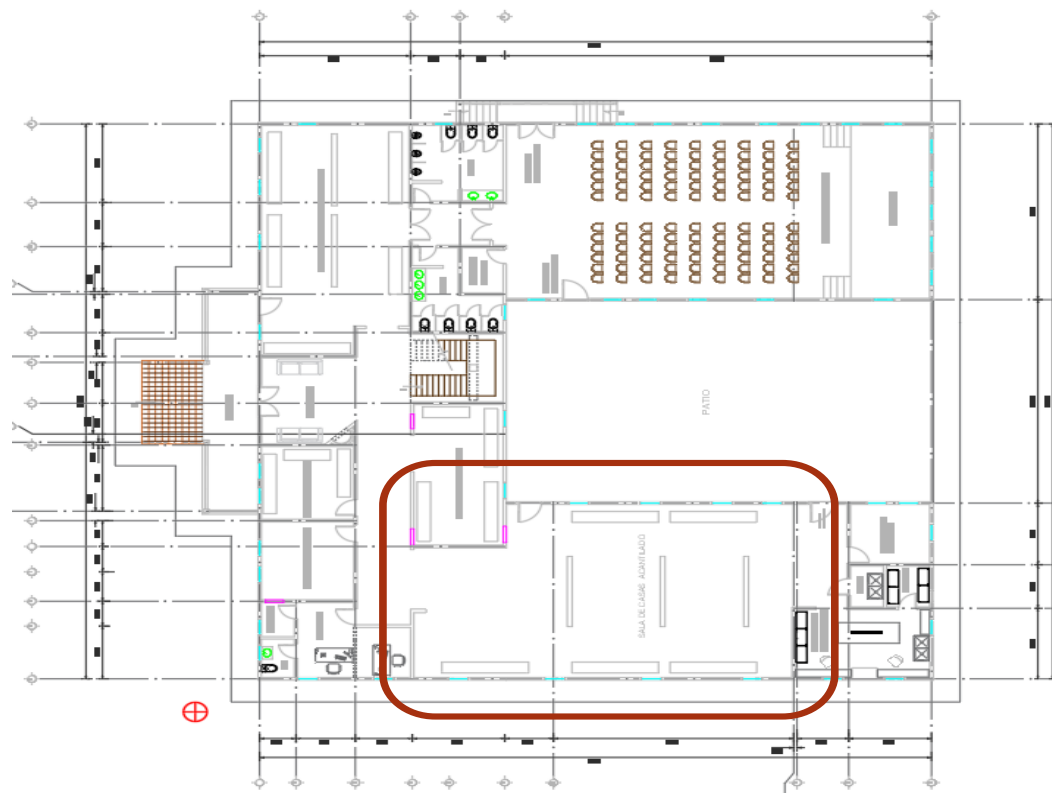
SECRETARÍA
DE CULTURA







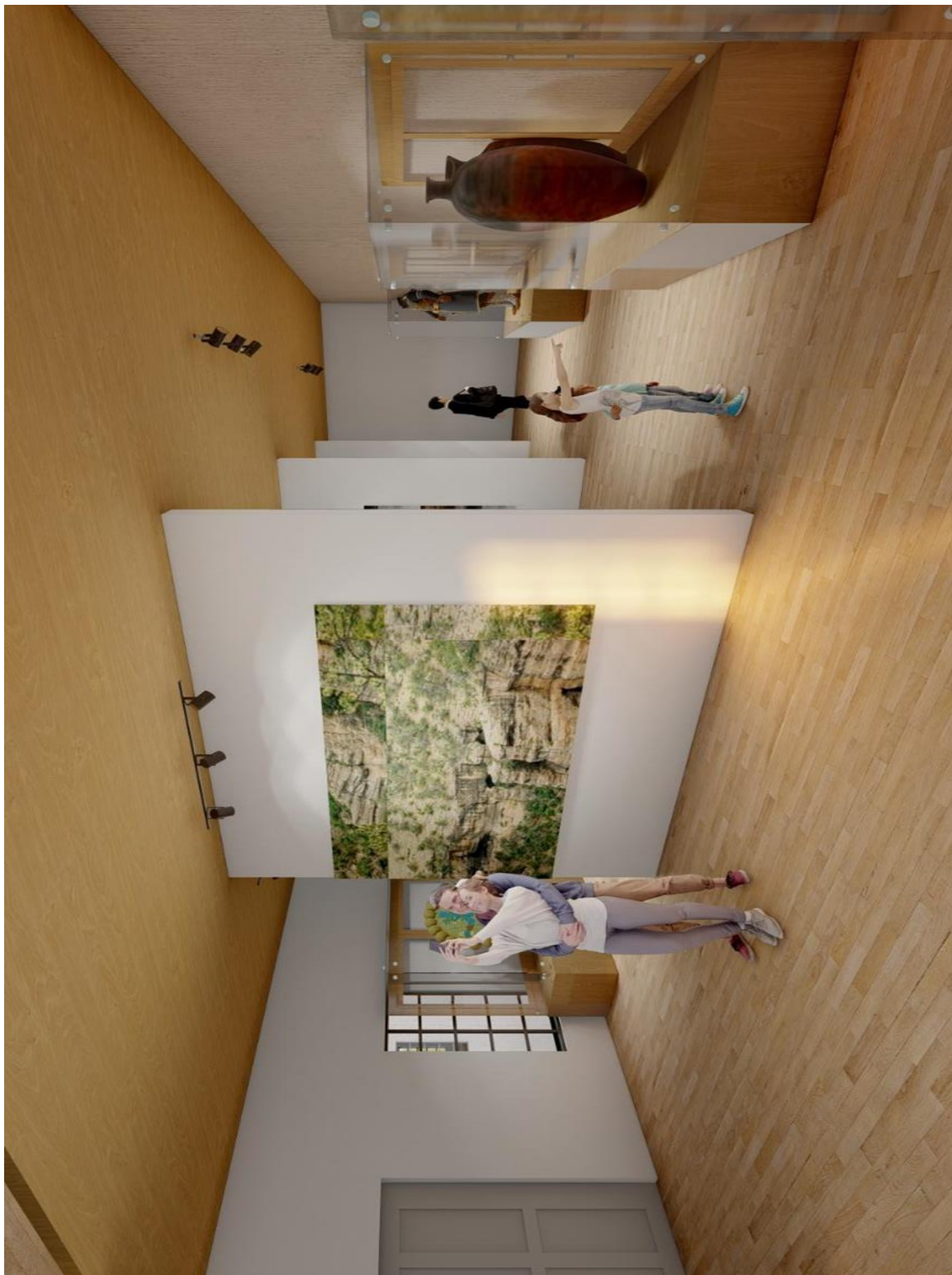




Sala 3

Cultura Casas Acantilado

Ofrecer información que ayude a interpretar la evolución de los pueblos Cazadores Recolectores a la Cultura Cazas Acantilado y sus rasgos identitarios más relevantes.

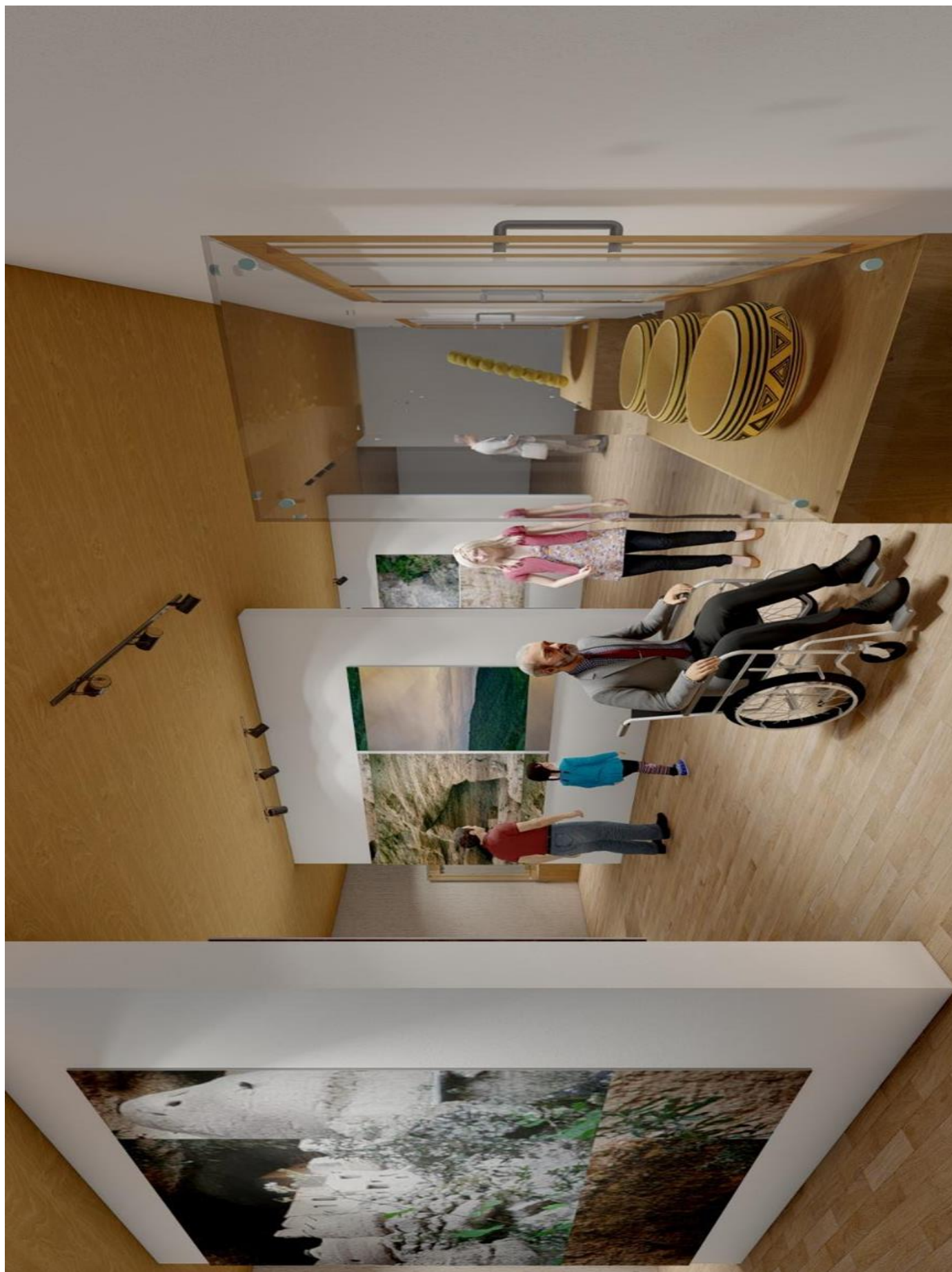












SIN TEXTO

SIN TEXTO