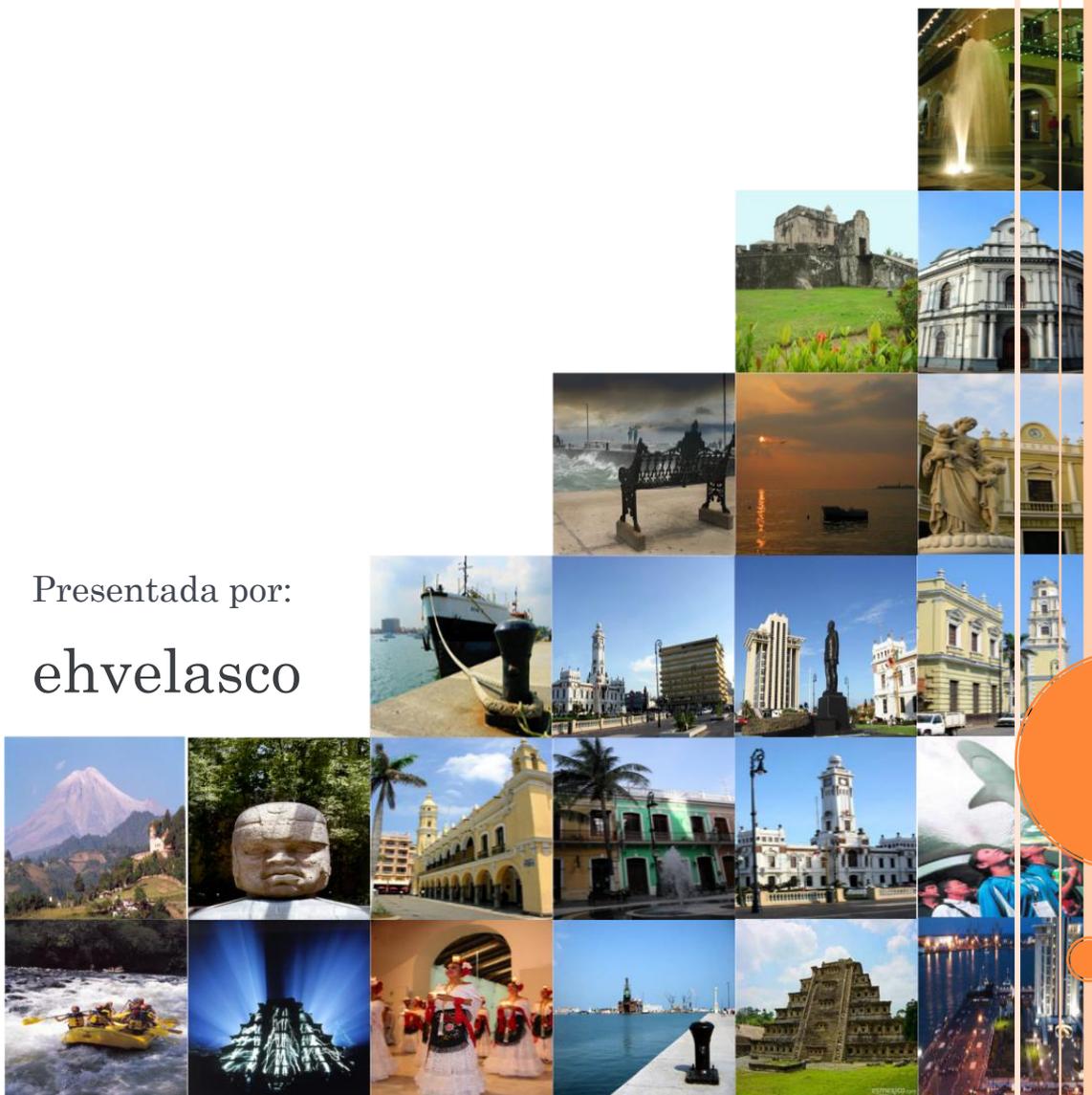


METODOLOGÍA PARA DETERMINAR EL ÍNDICE DE VOCACIÓN TURÍSTICA PARA LOS MUNICIPIOS DE VERACRUZ.

*Investigación para participar en el Premio Estatal de
Administración Pública 2011*

Presentada por:
ehvelasco



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
1.- Generalidades de la industria turística	6
1.1.- Turismo; nociones y aportaciones	6
1.3.- El turismo en las Américas	13
1.4.- La industria turística en México	15
2.- El modelo turístico veracruzano	18
2.1.- Sector turístico Estatal	18
2.1.1.- Estructura de impulso al sector	18
2.1.2.- Industria turística en Veracruz	20
2.1.3.- Aspectos estadísticos	22
2.2.- Descripción de las Fortalezas y oportunidades del sector turístico estatal	24
2.2.1.- Análisis FODA de la actividad turística estatal	24
2.2.2.- Análisis FODA regional	31
2.3.- La nueva ley de turismo para el estado de Veracruz	45
2.3.1.- El énfasis en la planeación y la medición como ejes del desarrollo turístico del Estado	46
2.3.2.- El Índice de Vocación Turística de los Municipios	49
2.3.3.- Otros aspectos innovadores del ordenamiento	50
3.- Metodología para determinar la vocación turística de los Municipios	51
3.1.- La responsabilidad de los municipios en el desarrollo turístico.	51
3.1.1.- Las atribuciones del orden de gobierno municipal en la legislación turística federal y estatal.	51
3.1.2.- El papel del gobierno municipal en la operación sustentable de la industria y el fomento de la cultura turística en las localidades.	53
3.2.- Cuaderno de cargos para la elaboración del diagnóstico	55
3.2.1.- Variable de atracción turística	56
3.2.2.- Variable de servicios turísticos	58
3.2.3.- Variable de infraestructura	60
3.2.4.- Variable de superestructura	62
3.2.5.- Directrices adicionales	64
3.3.- Lineamientos para la evaluación de la información	65
3.3.1.- Estudio de caso 1: El puerto de Veracruz	68
3.3.2.- Estudio de caso 2: Tlapacoyan	74
3.3.3.- La calidad de municipio con vocación turística; beneficios y responsabilidades	80
3.3.4.- La hipótesis negativa: consideraciones y alternativas	81
3.4.- La importancia de la realización de diagnósticos de la actividad turística al nivel municipal	82
Conclusiones	83
Referencias.....	93

INTRODUCCIÓN

Abundan los ejemplos a nivel mundial sobre la importancia que tiene la implementación de diversas políticas públicas que reconozcan al turismo como factor de consolidación del desarrollo y de la equidad social tanto al nivel macroeconómico como en comunidades.

En Veracruz, sociedad y gobierno han desarrollado diversos esfuerzos para posicionar a la llamada industria sin chimeneas como una actividad estratégica para el alcance de mejores niveles de crecimiento.

Cabe destacar que desde su campaña de proselitismo para las elecciones de gobernador del 2010, el actual ejecutivo estatal, Doctor Javier Duarte de Ochoa, reconoció la importancia de la actividad turística para la economía veracruzana y durante su gestión ha establecido acciones puntuales para su impulso.

La propuesta que sustenta el presente documento, nace del cumplimiento de mis responsabilidades como secretario técnico de la Secretaría de Turismo y Cultura que me permitieron observar la presencia de áreas de oportunidad para el mejoramiento de la operación de la dependencia y de las políticas de apoyo al sector, como la necesidad de contar con un sistema de información estadística de la actividad en el estado; además de la definición unilateral por parte de la SECTUR federal sobre los municipios que podían ser beneficiados con recursos de los convenios de reasignación y lo fundamental de contar con indicadores para la medición de las potencialidades y carencias de la multiplicidad de aspectos que envuelven la actividad turística al nivel municipal, hizo necesario el diseño de instrumentos que cumplieran dichas tareas.

En este contexto, la promulgación de una nueva ley general de turismo al nivel federal que contenía el mandato de armonizar las legislaciones estatales de la materia fue aprovechado al nivel local, para definir un nuevo ordenamiento que reafirma la soberanía estatal sobre la actividad , establece novedosos instrumentos que enfatizan el papel fundamental del sector en la economía veracruzana, sienta las bases para un crecimiento sustentable de la misma y define las atribuciones del gobierno del estado y los ayuntamientos en su fomento e impulso.

Gracias a la apertura de la Comisión permanente de Turismo del Congreso del Estado y por instrucciones del entonces titular de la Secretaría de Turismo y Cultura, personal de la dependencia colaboró en la formulación del ordenamiento, que también recogió las propuestas de los actores del sector en foros de consulta realizados en cinco ciudades del estado. Esto permitió introducir a la legislación provisiones para la creación de un sistema estatal de Información Estadística Turística y un instrumento de medición inédito en el ámbito nacional que permite analizar las potencialidades y carencias en la materia de las demarcaciones municipales veracruzanas : el Índice de Vocación Turística de los municipios de Veracruz, el cual, además de definir la calidad de municipio con vocación turística a

partir del estudio de cuatro parámetros, establece con claridad los apoyos y beneficios que dicha calidad les otorga.

No omito mencionar que la Ley número 843 de Turismo para el estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, fue aprobada por unanimidad en sesión del Congreso de agosto del 2010. Tampoco que la necesaria renovación de los cuadros de la administración pública implícita en los relevos constitucionales de los Estados democráticos, me impidieron concretar, dentro de la Secretaría de Turismo y Cultura, la formulación de la metodología para el cumplimiento de lo establecido por el nuevo ordenamiento.

Sin embargo, y por considerar que las aportaciones al desarrollo del estado no deben circunscribirse al ámbito de una función específica, me permití formular la presente propuesta, en el ánimo de seguir aportando a Veracruz mis experiencias dentro del sector turístico.

Para ello, en su primer capítulo, el texto revisa nociones básicas sobre la actividad turística, describe sus aportaciones e impactos en las economías de los países en desarrollo, así como las características propias del empleo en el sector. Además, a efecto de proporcionar un contexto adecuado a la propuesta, estudia brevemente el devenir reciente de la actividad turística tanto al nivel mundial, como en el continente americano para finalizar con un resumen del desarrollo de la industria y sus particularidades en el contexto nacional.

En su segundo capítulo, el estudio realiza una descripción prolija del Sector turístico Estatal, que incluye las diversas dependencias públicas para su impulso, el detalle de la Industria turística en Veracruz, aspectos estadísticos de la actividad, así como un detenido análisis de las Fortalezas y oportunidades del sector turístico estatal tanto desde el enfoque de los diversos segmentos del mercado, como desde la perspectiva de las diez regiones turísticas del Estado. Se revisan a detalle las posibilidades que abre el nuevo ordenamiento en materia turística para el estado de Veracruz, que hace un especial énfasis en los procesos adecuados de planeación y la medición de diversos indicadores de la actividad como ejes para el desarrollo turístico del Estado. En este sentido, se describe el Índice de Vocación Turística de los Municipios, creado por este ordenamiento y sustento de la metodología aquí propuesta, en tanto conjunto de variables de sustentabilidad, que permitirán definir el potencial turístico de los municipios del Estado, así como otros aspectos innovadores del ordenamiento.

Es en el tercer capítulo donde el texto puntualiza las dos partes que integran esta propuesta para determinar la vocación turística de los municipios. Inicia con la descripción de los diversos aspectos de la responsabilidad de los municipios en el desarrollo turístico de su territorio y las atribuciones de ese orden de gobierno en la legislación turística vigente al nivel federal y estatal, revisando en específico el papel del gobierno municipal tanto en la verificación de la operación sustentable de la industria como en el fomento de la cultura turística en las localidades. Entonces, se presenta la primera parte de la metodología que se propone y que consta de un

cuaderno de cargos que serviría como base para la elaboración del diagnóstico, describiendo a detalle los reactivos a contestar a partir de los cuatro parámetros establecidos por la ley para determinar el Índice de cada municipio: Parámetro de atracción turística; Parámetro de servicios turísticos; Parámetro de infraestructura y Parámetro de superestructura, planteando también algunas directrices adicionales para su realización. Después se describe la segunda parte de la metodología, que propone lineamientos para evaluar la información obtenida y medir numéricamente vocación turística de los municipios. El capítulo concluye con la elaboración parcial de dos estudios de caso: en el puerto de Veracruz y el municipio de Tlapacoyan, para ejemplificar su realización, además de realizar consideraciones sobre la posibilidad de que las solicitudes de inclusión al padrón sean rechazadas y se abunda sobre la importancia de la realización de diagnósticos de la actividad turística al nivel municipal.

El estudio incluye con algunas conclusiones que resumen diversos aspectos tanto de la información que contiene como de la metodología propuesta y concluye con las referencias biblio y legisgráficas que permitieron su concreción.

Por lo anterior, en el marco de las bases segunda y cuarta de la Convocatoria al Premio Estatal de Administración Pública 2011, publicada por el Instituto de Administración Pública de Veracruz, me permito someter al dictamen del jurado establecido el presente documento, por considerar que la metodología aquí propuesta cumple con tres condiciones para ser parte de este certamen: no existe, al nivel nacional, un instrumento de planeación de esta naturaleza; esta metodología, si bien es susceptible de mejoramiento, no resulta en números fríos, la descripción puntual de fortalezas y debilidades permitirá definir acciones prácticas para la solución de problemas reales y, no menos importante, esta metodología contribuiría a resolver parte de la compleja problemática de un sector, el turístico, cuya importancia estratégica en la vida económica, cultural y social de Veracruz, es reconocida por todos.

1.- Generalidades de la industria turística

1.1.- Turismo; nociones y aportaciones

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que hacen los viajeros o turistas durante sus travesías y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Es posible afirmar que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad. Esta era fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica, la cual se aceleró durante la segunda mitad del siglo XX y de la que la industria turística fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser uno de los más importantes sectores de la economía global.

A partir de su generalización como actividad humana, que los estudiosos señalan posterior a la segunda guerra mundial, el turismo ha incrementado paulatinamente su importancia como factor de desarrollo de economías nacionales, derivado de la revolución en las comunicaciones y sistemas de transporte, así como de los procesos de integración que han experimentado diversas regiones del mundo. El dinamismo de la economía mundial en la postguerra, permitió la recuperación y con ello la elevación del nivel de vida de sectores importantes de la población de los países occidentales, lo que hace surgir la llamada sociedad del bienestar en la que una vez cubiertas las necesidades básicas aparece el desarrollo del nivel de formación y el interés por viajar y conocer culturas. Por otra parte, la introducción de nuevos estándares en las legislaciones laborales, como la adopción de vacaciones pagadas, la semana inglesa de 5 días laborales, la reducción de la jornada a 40 horas semanales, la ampliación de coberturas sociales como jubilación o desempleo, potencian en gran medida el desarrollo del ocio y el turismo.

Pero el turismo juega también un papel significativo en el alivio de las condiciones de pobreza que es cada vez más reconocido por gobiernos nacionales y organismos multilaterales. Al requerir mano de obra intensiva y desarrollarse en lugares alejados de los polos económicos tradicionales de los países, su rol en la generación de empleo en áreas rurales remotas donde existen altos niveles de subdesarrollo es importante. Las estadísticas de la OMT muestran la creciente fortaleza de la industria en los países en desarrollo. Durante el 2007 los ingresos por turistas internacionales de estos países ascendieron a más de 319 mil millones de USD. El año pasado, más del 46% de los viajeros internacionales lo hicieron a destinos ubicados en países en desarrollo. Además, el turismo es uno de los mayores sectores de exportación y también un factor de superávit para la balanza de pagos de la mayoría de las economías emergentes en el mundo.

La OMT calcula que el sector turístico ocupa alrededor de un 10% de la población activa del mundo, no solo en empleo directo sino también en indirecto. Sin embargo, el empleo en el sector turístico presenta características como la fuerte estacionalidad, pues un gran número de puestos de trabajo se crean en temporada alta. También el volumen turístico depende en gran medida de la situación macroeconómica. Por ejemplo en España, según el Instituto Nacional del Empleo en el 2004 el sector turístico en relación con la media de área de servicios tenía un salario medio inferior, una estabilidad de empleo menor y una participación mayor de la mujer.

El ascenso del turismo en la esfera económica y su evolución desde actividad complementaria de las restantes, hasta su actual protagonismo dentro del sector Servicios, ha sido auspiciado fundamentalmente por sus resultados, bastantes espectaculares en la segunda mitad del Siglo XX; resultados que por lo positivo de los mismos, han generado en los últimos tiempos un estado de opinión mucho más receptivo y favorable hacia el turismo y su dinámica. Va a ser a partir de los años 80 cuando el turismo comienza a revitalizar su papel en la estrategia de desarrollo y en las relaciones internacionales. Dicho protagonismo contrasta con la escasa atención que ha recibido el turismo desde el punto de vista de la investigación científica, debiendo vencer las resistencias y las consideraciones peyorativas que la actividad turística tuvo en sus orígenes; conceptualizaciones negativas del turismo como actividad económica, derivadas fundamentalmente de la perspectiva de estacionalidad, volatilidad y vulnerabilidad inherentes al fenómeno turístico y en la consideración del turismo como una vulgar “materia prima” recurso esencialmente temporal, una suerte de oro blanco de fácil explotación y rápidos beneficios, destinados a cubrir coyunturalmente los déficits de las balanzas comercial y de pagos, y muy especialmente a ayudar a financiar o a cubrir las necesidades perentorias de financiación inherentes a las etapas de salida del subdesarrollo estructural de los países y territorios.

La evidencia empírica de estas bondades se deriva del hecho de que los flujos turísticos internacionales suponían para el país o la zona emisora, una importación de servicios -en términos de balanza de pagos-, con la peculiaridad que no se produce desplazamiento de los mismos pero sí del consumidor de tales servicios. Mientras para el país o la zona receptora de dichos flujos, el turismo constituye una exportación de invisibles o siguiendo a Esteve Secall (1983) una exportación *in situ* de servicios, o lo que es lo mismo sin desplazamiento de los mismos, que se traduce para la balanza de pagos en un ingreso de divisas, lo que en el contexto del subdesarrollo estructural supone una contribución esencial, ya que ayuda al equilibrio de la balanza comercial de los países. Balanza normalmente muy desequilibrada y deficitaria dados los desiguales términos de intercambio y la diferencia de valor añadido entre las materias primas, su principal recurso exportador y los bienes manufacturados que constituyen su importación principal. Dado que el precio de las manufacturas en los mercados internacionales se establece en divisas, es de una importancia crítica para los países y zonas subdesarrolladas disponer de medios de pago o divisas que permitan la financiación de sus importaciones, de donde se deriva la necesidad de disponer de instrumentos de captación de divisas, paradigma de los

cuales es el Turismo, rol progresivamente reconocido por los organismos internacionales.

Así, el turismo se convierte en una eficaz estrategia de desarrollo económico local. Ya que, por un lado, supone una gran oportunidad en algunas zonas en las que no existen otras alternativas de actividad económica. A su vez, como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas locales, ya que incluso en los países más desarrollados, este sector está compuesto principalmente por PYME y a pesar de ser un sector que requiere de fuertes inversiones en infraestructura y equipamientos, también utiliza mano de obra de forma intensiva por lo que ofrece numerosas oportunidades de trabajo y negocio para las mujeres y los jóvenes. De esta manera, el turismo ha sido presentado tradicionalmente como un eficiente motor del desarrollo económico, capaz de generar empleo, modernizar las infraestructuras, impulsar otras actividades productivas, revalorizar los recursos autóctonos o equilibrar balanzas de pagos nacionales

Sin embargo, el turismo, como toda actividad económica, puede acarrear altos impactos a las comunidades receptoras. . Antes de la década de 1970, asumidas las premisas que lo calificaban como motor para el desarrollo de economías locales y con el turismo internacional de masas recién estrenado, pocos investigadores se habían parado a estudiar los costes económicos que suponía para las sociedades anfitrionas esta actividad. Pero en esa década empezaron a ser evidentes.

Es cierto que el turismo genera empleo, pero en muchas ocasiones para la población local es un empleo estacional y poco cualificado. Además, suele tratarse de un empleo inestable: el turismo es un sector con grandes vaivenes, y las zonas de destino se tienen que enfrentar con la competencia de otras nuevas que surgen gracias al desarrollo de los medios de transporte.

También es verdad que se modernizan las infraestructuras, pero según las prioridades turísticas y no según un desarrollo endógeno y equilibrado con las otras actividades productivas.

La revalorización de los recursos autóctonos se materializa muchas veces en procesos inflacionarios, derivados de un aumento de la demanda de la tierra, el agua o los alimentos; el resultado es el encarecimiento de la canasta familiar, la dificultad de acceder a una vivienda o la expulsión de campesinos por el aumento de las rentas agrarias. El turismo impulsa algunas actividades productivas, como la construcción, pero también pone en peligro otras tradicionales, como el caso de la agricultura.

Igualmente, es discutible la capacidad del turismo de generar ingresos en los países de destino, ya que son los países de origen los que más se benefician de esta actividad: compañías de vuelo y grandes establecimientos hoteleros suelen pertenecer a multinacionales del Norte, además de que los operadores de estos países tienen capacidad de imponer precios a sus “socios” del Sur.

Ernest Cañada, miembro de Sodepau-ACASC, comenta que, a modo de ejemplo de estos procesos, nos podemos referir a primigenias zonas de atracción turística como las Antillas o Hawái en la década de 1960 y principios de la siguiente. El desarrollo turístico llevó a sustituir tierra agrícola por tierra urbanizable, y al campesino por el obrero de la construcción o el trabajador del sector servicios. En pocos años, se redujo la soberanía alimentaria y fue necesaria la importación de los alimentos, más caros y a los que sólo se podía acceder en el mercado. En el caso de Hawaii, dos de sus ocho islas mayores acabaron siendo propiedad privada, igual que más del 70% de las mil millas costeras hasta entonces propiedad del estado. Por último, las pequeñas industrias turísticas autóctonas fueron substituidas por otras foráneas con mayor capacidad de competencia.

1.2.- La industria turística en el mundo

De acuerdo a cifras de la Organización Mundial de Turismo (Panorama Mundial Turístico 2011), durante la primera década del siglo 21, la llegada de turistas internacionales pasó de 675 millones en el 2000 a 940 millones en el 2010. En este mismo periodo los ingresos por turismo internacional al nivel mundial, se elevaron de 475 a 919 mil millones de USD. Esto a pesar de una caída de la actividad durante el año 2009, calculada en un 4.2% con relación a los resultados del 2008, debida a una multiplicidad de factores entre los que destacan las crisis financieras en los países industrializados, la elevación de los precios de los combustibles y la emergencia sanitaria originada por el brote del virus de la influenza humana.

Del total del movimiento de turistas internacionales, 53.4% llegaron a países definidos como economías avanzadas, mientras que el 46.6% lo hicieron a naciones con economías emergentes (Figura 1). Al desgranar las cifras al nivel regional, esto supuso que, durante el 2010, 476.5 millones de turistas visitaran el continente europeo; 203.8 millones lo hicieran a la región Asia Pacífico; 149.8 millones el continente americano; 60 millones el oriente medio y 49.4 millones el continente africano.

	Llegadas de turistas internacionales (millones)							Cuota de mercado (%)	Variación (%)		Crecimiento medio anual (%)
	1990	1995	2000	2005	2008	2009	2010*		09/08	10*/09	
Mundo	435	528	675	798	917	882	940	100	-3,8	6,6	3,4
Economías avanzadas ¹	296	334	417	453	495	474	498	53,0	-4,3	5,1	1,8
Economías emergentes ¹	139	193	257	345	421	408	442	47,0	-3,2	8,3	5,6

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) © (Cifras procedentes de la OMT, junio de 2011)

¹ Basado en la clasificación del Fondo Monetario Internacional (FMI), ver el Anexo Estadístico en www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2011/01.

OMT Panorama Mundial de Turismo 2011 **Figura 1**

En orden de importancia, los diez principales mercados de recepción turística, son los siguientes: Francia, Estados Unidos, China España, Italia, Reino Unido, Turquía, Alemania, Malasia y México (Figura 2).

Llegadas de turistas internacionales						
Rango	Series	Millones		Variación (%)		
		2009	2010*	09/08	10*/09	
1	Francia	TF	76,8	76,8	-3,0	0,0
2	Estados Unidos	TF	55,0	59,7	-5,1	8,7
3	China	TF	50,9	55,7	-4,1	9,4
4	España	TF	52,2	52,7	-8,8	1,0
5	Italia	TF	43,2	43,6	1,2	0,9
6	Reino Unido	TF	28,2	28,1	-6,4	-0,2
7	Turquía	TF	25,5	27,0	2,0	5,9
8	Alemania	TCE	24,2	26,9	-2,7	10,9
9	Malasia	TF	23,6	24,6	7,2	3,9
10	México	TF	21,5	22,4	-5,2	4,4

OMT Panorama Mundial de Turismo 2011 **Figura 2**

Por ingresos en la actividad también se ofrece una lista de los mercados más importantes del mundo por ingresos en la actividad turística (Figura 3).

Ingresos por turismo internacional							
Rango		\$ EE.UU.				Monedas locales	
		Miles de millones		Variación (%)		Variación (%)	
		2009	2010*	09/08	10*/09	09/08	10*/09
1	Estados Unidos	94,2	103,5	-14,7	9,9	-14,7	9,9
2	España	53,2	52,5	-13,7	-1,2	-9,0	3,9
3	Francia	49,4	46,3	-12,7	-6,2	-7,9	-1,3
4	China	39,7	45,8	-2,9	15,5	-2,9(\$)	15,5(\$)
5	Italia	40,2	38,8	-12,0	-3,6	-7,2	1,4
6	Alemania	34,6	34,7	-13,2	0,1	-8,5	5,3
7	Reino Unido	30,1	30,4	-16,3	0,8	-1,3	1,7
8	Australia	25,4	30,1	2,5	18,6	10,3	0,8
9	Hong Kong (China)	16,4	23,0	7,5	39,5	7,0	39,8
10	Turquía	21,3	20,8	-3,2	-2,1	-3,2(\$)	-2,1(\$)

OMT Panorama Mundial de Turismo 2011 **Figura 3**

En ese mismo orden, se describen los países con mayor gasto turístico: Alemania, Estados Unidos, China, Reino Unido, Francia, Canadá, Japón, Italia, Federación Rusa y Australia (Figura 4).

Rango	Gastos por turismo internacional (miles de millones \$ EE.UU.)		Monedas locales Variación (%)		Cuota de mercado (%)	Población 2010	Gastos per cápita
	2009	2010*	09/08	10*/09	2010*	(millones)	(\$ EE.UU.)
Mundo	851	919			100	6,879	134
1 Alemania	81,2	77,7	-5,9	0,7	8,5	82	952
2 Estados Unidos	74,1	75,5	-7,9	1,9	8,2	310	244
3 China	43,7	54,9	20,9 (\$)	25,6 (\$)	6,0	1,341	41
4 Reino Unido	50,1	48,6	-13,6	-2,4	5,3	62	780
5 Francia	38,5	39,4	-1,9	7,6	4,3	63	625
6 Canadá	24,2	29,5	-4,8	10,0	3,2	34	866
7 Japón	25,1	27,9	-18,4	4,0	3,0	127	219
8 Italia	27,9	27,1	-4,3	2,0	2,9	60	449
9 Federación de Rusia	20,9	26,5	-12,1 (\$)	26,8 (\$)	2,9	140	189
10 Australia	17,6	22,5	2,5	9,0	2,5	22	1.014

OMT Panorama Mundial de Turismo 2011 **Figura 4**

Para 2010, la OMT estimaba que el crecimiento de la actividad turística en el futuro inmediato dependería de las llamadas economías emergentes como los llamados BRIC (Brasil, Rusia, India y China). En este sentido, destaca el aumento del 54% en el gasto turístico del país amazónico, fundamentado en la apreciación del real, cifras de crecimiento de dos dígitos para los restantes tres o para economías como la sudcoreana (32%), Turquía (18%) y Filipinas (39%), mientras que en las llamadas economías avanzadas, el gasto turístico sólo ha aumentado entre el uno y el tres % a excepción de Australia que tuvo una variación positiva del 9%, Japón y Portugal (8%) y Canadá (7%) (barómetro OMT 2010).

Para 2010, la OMT estima que la llegada de turistas internacionales ascendió a 940 millones de personas en todo el mundo, cifra que supera en 58 millones a la registrada en 2009, lo que equivale a un crecimiento anual del 7 %.

De acuerdo a la misma Organización Mundial, los ingresos por Turismo internacional, también presentaron crecimientos aunque menores, lo que se explica por una alta competencia de precios entre destinos, estancias más cortas y mayor volumen de llegadas a destinos más económicos.

También el movimiento de pasajeros vía aérea, confirma los signos de recuperación de la actividad, con un crecimiento del 8% expresado en ingresos por pasajeros y kilómetros, fundamentada principalmente en el aumento de los viajes de negocios y larga distancia; la afluencia en las terminales aéreas creció, de acuerdo al Consejo Internacional de Aeropuertos, 7% para vuelos internacionales y 6% para vuelos domésticos en 2010.

1.3.- El turismo en las Américas

El continente americano recibe al 16% del turismo mundial y regionalmente es la tercera fuerza global de la industria sólo después de Europa y Asia Pacífico. Estados Unidos es el destino turístico más importante del planeta, mientras que México es el décimo. En términos porcentuales, tres países Estados Unidos (39.9%), México (15%) y Canadá (10.7%), reciben más del 65% del turismo que viaja a destinos del continente. Al revisar una lista de los 50 países del mundo con mayores ingresos turísticos, encontramos que además de los EE.UU, sólo Canadá (lugar 16), México (lugar 19), Brasil (lugar 41) y Argentina (lugar 47), son los otros países americanos en ella.

Principales destinos Series ^a	Llegadas de turistas internacionales						Ingresos por turismo internacional			
	(1000)			Variación (%)		Cuota (%)	(millones \$ EE.UU.)			Cuota (%)
	2008	2009	2010*	09/08	10*/09	2010*	2008	2009	2010*	2010*
Américas	147.953	140.722	149.765	-4,9	6,4	100	189.097	166.186	182.168	100
Argentina TF	4.700	4.308	5.288	-8,4	22,8	3,5	4.646	3.960	4.930	2,7
Aruba TF	827	813	825	-1,7	1,6	0,6	1.343	1.211	1.239	0,7
Bahamas TF	1.463	1.327	1.368	-9,3	3,1	0,9	2.144	1.929	2.059	1,1
Barbados TF	568	519	532	-8,6	2,6	0,4	1.194	1.068	1.105	0,6
Bolivia TF	594	671	..	13,1	-	-	275	279	-	-
Brasil TF	5.050	4.802	5.161	-4,9	7,5	3,4	5.785	5.305	5.919	3,2
Canadá TF	17.142	15.757	16.095	-8,2	2,3	10,7	15.668	13.707	15.787	8,7
Chile TF	2.699	2.750	2.766	1,9	0,6	1,8	1.674	1.604	1.636	0,9
Colombia TF	2.318	2.303	2.385	-0,7	3,6	1,6	1.844	1.999	2.083	1,1
Costa Rica TF	2.089	1.923	2.100	-8,0	9,2	1,4	2.283	1.815	2.111	1,2
Cuba TF	2.316	2.405	2.507	3,8	4,2	1,7	2.258	2.080	-	-
Ecuador VF	1.005	968	1.047	-3,7	8,1	0,7	742	670	781	0,4
El Salvador TF	1.385	1.091	1.150	-21,2	5,4	0,8	425	319	390	0,2
Estados Unidos TF	57.937	54.962	59.745	-5,1	8,7	39,9	110.423	94.191	103.505	56,8
Guatemala TF	1.527	1.392	1.219	-8,8	-12,4	0,8	1.068	1.298	1.378	0,8
Honduras TF	899	870	896	-3,3	3,0	0,6	619	616	650	0,4
Jamaica TF	1.767	1.831	1.922	3,6	4,9	1,3	1.976	1.935	1.986	1,1
México TF	22.637	21.454	22.395	-5,2	4,4	15,0	13.289	11.275	11.872	6,5
Nicaragua TF	858	932	1.011	8,6	8,5	0,7	301	334	399	0,2
Panamá TF	1.247	1.200	1.317	-3,7	9,7	0,9	1.408	1.483	1.676	0,9
Paraguay TF	428	469	465	2,6	5,9	0,3	109	205	217	0,1
Perú TF	2.058	2.140	2.299	4,0	7,4	1,5	1.991	2.014	2.274	1,2
Puerto Rico TF	3.716	3.951	3.679	-4,5	3,6	2,5	3.535	3.473	3.598	2,0
Rep. Dominicana TF	3.980	3.992	4.125	0,3	3,3	2,8	4.166	4.051	4.240	2,3
Uruguay TF	1.938	2.029	2.352	4,7	15,9	1,6	1.051	1.312	1.496	0,8
Venezuela TF	745	615	..	-17,4	-	-	917	788	618	0,3

OMT Panorama Mundial de Turismo 2011 **Figura 5**

Colectivamente, la industria turística del continente americano mostró durante el año 2010 signos de recuperación de la caída de la actividad del 2009, misma que significó una reducción absoluta de más de 5 millones de viajeros con relación a los resultados del 2008. En este sentido, cabe mencionar que durante el año 2005, más de 108.5 millones de turistas viajaron a destinos ubicados en el continente, mientras que 154.4 millones lo hicieron durante el 2010 (Panorama Mundial Turístico 2011). En términos de ingresos, en el año 2005, el continente tuvo un ingreso global turístico mayor a los 145.2 miles de millones de USD, que se elevaron a 182.1 para el 2010 (Figura 5).

Con relación al año 2009, la industria turística del continente presentó niveles diferenciados de crecimiento. Mientras que los tres destinos principales, Estados Unidos (+9%), México (+4%) y Canadá (+2%), lo hicieron a tasas de un sólo dígito, destinos sudamericanos como Argentina (+23%) y Uruguay (+16%) lograron mejores resultados debido principalmente al crecimiento de Brasil como mercado emisor, que lo ubica como el tercero en importancia del continente. Los mercados del Caribe y Centro América experimentaron incrementos similares del 4%, suficiente para revertir la caída de la industria en el 2009.

Las perspectivas para la industria en el continente son promisorias. La OMT (Panorama Mundial Turístico 2011), estima que para el año 2020, América recibirá 282 millones de turistas lo que representará el 18.1% del mercado mundial.

1.4.- La industria turística en México

La historia señala a Tijuana como el primer destino turístico internacional de nuestro país (Terrazas, Gerardo. 2011). Esto debido a la prohibición de la venta del alcohol en los Estados Unidos durante la primera década del siglo XX, aunada a la relativa estabilidad del país, especialmente en el noroeste: el territorio de la antes conocida Baja California Norte y Sonora, que hizo de la franja fronteriza una puerta para los placeres reprimidos de los ciudadanos norteamericanos. Igualmente se establecieron centros de apuestas en las ciudades fronterizas, motivo por el que los primeros resultados del turismo fueron severamente criticados.

Desde 1922 se establece el primer grupo organizado de servicios turísticos, la Asociación Mexicana de Hoteles. El turismo en los años treinta consistía primordialmente en movimiento interno de mexicanos dentro del país. La infraestructura de alojamiento era básica para un pequeño número de viajeros. Sin embargo, desde 1926 la Ley de Migración incluye por vez primera el concepto de turista: extranjero que visita el país por distracción y recreo y su permanencia es menor a 6 meses.

En 1929 el presidente Calles integra la comisión mixta Pro Turismo, con participación de los sectores público y privado. Sus resultados son tímidos aún: 14 mil turistas extranjeros. En aquella época el sector turismo dependía de la Secretaría de Gobernación, aunque en 1939 se crean el departamento de turismo y la Comisión Nacional de Turismo. En 1947 se regula el oficio de guía de turistas, así como la actividad de agencias de viaje. Estos incipientes esfuerzos permitieron que el número de turistas foráneos creciera de aquellos 14 mil turistas en 1929 a 90 mil en 1937 y a 384 mil en 1950.

El auge turístico de México como destino internacional comenzó al mismo tiempo que el de la industrial al nivel mundial, en la década de los cuarenta con el impulso del puerto de Acapulco, como sitio de recreo para el turismo extranjero. Su fama de una ribera fantástica y un clima siempre agradable se propaga de tal forma que para la década de los 1970, Acapulco está conectado por vía aérea no sólo con Estados Unidos, sino con Perú, América Central, Australia y el Reino Unido. Acapulco era entonces un atractivo para el turista mundial a la par de Rio de Janeiro, la Riviera Francesa y Hong Kong.

En la década de los cincuentas se crean el Fondo de Garantía y Fomento al Turismo con capital de \$50 millones pesos para estudiar y desarrollar los centros turísticos, estimular la afluencia turística nacional y extranjera, así como el fomento de empresas turísticas, ayudándolas en sus necesidades y el Consejo Nacional de Turismo, presidido por el exmandatario Miguel Alemán Valdez con el objetivo de sumar los esfuerzos de los sectores público y privado en pro de la actividad. La UNAM ha estimado que para principios de los años sesenta, la inversión hotelera en todo el país sumaba \$2,6 mil millones de pesos (Terrazas, Gerardo. 2011, ibíd.).

En 1974 se funda Fonatur, como parte de una política pública de desarrollo de destinos turísticos a partir de un esquema de planeación de su promoción,

crecimiento e impacto ambiental que ha resultado en sitios como Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Loreto y Huatulco. Algunos esfuerzos de planeación ya han superado por mucho sus condiciones iniciales. Hoy existen más cuartos de hotel en la Riviera Maya que en Cancún mismo, en un período de desarrollo menor.

México ha logrado crear una industria turística bajo el interés notorio del gobierno nacional y la vinculación con capitales privados. Hoy la vocación turística de México, que es el décimo destino turístico al nivel mundial, es similar a la de naciones como Turquía (séptimo), Malasia (noveno) y Tailandia (decimoctavo). En los cuatro casos, son naciones que reciben más de 15 millones de turistas internacionales, todas favorecidas por el interés en sus playas pero que han sabido capitalizar también su historia milenaria y folclor de las raíces de sus habitantes nativos.

México es el segundo destino turístico más importante del continente; ocupa el lugar 10 en el ámbito mundial por turistas recibidos y el lugar 19 por ingresos turísticos.

Según la dependencia federal del ramo (SECTUR; 4to informe de labores 2010) durante el primer semestre de 2010, ingresaron al país 43.1 millones de visitantes internacionales, 1.1 % superior al mismo periodo del año anterior, de los cuales 11.3 millones fueron turistas internacionales que al menos pernoctaron una noche al interior o en la franja fronteriza de México y 31.8 miles fueron excursionistas sin pernocta.

La llegada de turistas internacionales vía aérea presentó un avance del 18.6 % en los primeros seis meses del año respecto al mismo periodo de 2009, registrando una llegada total de 5.5 millones de turistas, principalmente de Estados Unidos (60.7%) y Canadá (16.9 %). Los excursionistas en cruceros tuvieron una afluencia de 3.3 millones de pasajeros, 25.2% más que en el mismo semestre de 2009. Los países que han presentado los mayores incrementos en el número de turistas son: Brasil (94.7%), España (51.5 %) y Argentina (51.4 %).

La OMT (Panorama Mundial Turístico 2011) estima que el ingreso de divisas por visitantes internacionales a México en 2010 fue de 11,872 millones de dólares, 5.3 por ciento más que en el 2009, de los cuales se calcula que más del 80% correspondió a turistas al interior y fronterizos y el restante a excursionistas transfronterizos y en crucero.

El turismo doméstico responde por el 85 por ciento del consumo nacional en este sector de la economía. Al cierre del 2009, se registraron 57 millones de turistas nacionales en hotel, principal indicador de este segmento.

A fines de 2009, la oferta de alojamiento nacional se conformó por 623,555 cuartos, cifra superior en 3.3 por ciento a la reportada en 2008. Las entidades de Quintana Roo, Jalisco, Sinaloa, Chihuahua, Oaxaca, Veracruz y Nayarit fueron las que contribuyeron en mayor medida a este incremento.

De enero a junio de 2010, el sector aéreo mostró una recuperación en la llegada de vuelos al registrar un nivel de 258 824 vuelos, cifra superior en 3.1 por ciento respecto al mismo periodo de 2009. Del total de vuelos registrados, el 73.4 por ciento correspondió a vuelos regulares nacionales, el 24.6 por ciento a regulares internacionales y el resto a vuelos fletados. Por el tipo de destino, las ciudades abarcaron el 75.1 por ciento de los vuelos, el restante 24.9% correspondió a centros de playa. En ese mismo periodo, el número de pasajeros transportados aumentó 3.1 por ciento en relación con el mismo periodo de 2009. Destaca el incremento de 10.4 por ciento en pasajeros internacionales; asimismo, los pasajeros nacionales a centros de playa registraron un movimiento de 2 millones de personas, cifra 3.5 por ciento superior al nivel que se observó durante el mismo periodo de 2009.

Durante el periodo enero de 2007 a junio de 2010, la balanza turística acumuló un superávit de 16,454 millones de dólares. De acuerdo a la Cuenta Satélite del Turismo de México (CSTM) 2003-2007 publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía que incluye los últimos datos disponibles, el sector turístico nacional, en el último año de medición, arrojó los siguientes resultados:

- El Valor Agregado Bruto Turístico representó 8.1 % del correspondiente al total del país, cifra superior a la del producto generado, de manera conjunta, por actividades económicas como la agricultura, la industria alimentaria, de la madera, del papel, y de la química.
- El Valor Agregado Bruto Turístico registró un crecimiento real de 4 % respecto al periodo anterior.
- El Consumo Interno aportó el 79.9 % del Consumo Turístico Total, mientras que el Consumo Receptivo contribuyó con el 12.5 %. Así, el restante 7.6 % correspondió al Consumo Egresivo.
- De Acuerdo a los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) emitidos por el INEGI, al 2010 casi 3 millones de personas laboraban en el sector turístico en nuestro país (2,977,420) de los cuales el 58% son mujeres. Esto demuestra que una de las aportaciones del sector lo constituye el que su estructura de empleo contribuye de manera importante a la equidad de género.

2.- El modelo turístico veracruzano

2.1.- Sector turístico Estatal

En pocas regiones del planeta podemos apreciar la vasta reunión de bellezas naturales, climas, parajes, ríos y montañas y la diversidad de centros urbanos como los que componen la geografía de los más de 72 mil kilómetros cuadrados del territorio que hoy llamamos Veracruz.

Esta variedad de lugares únicos en México, como más de 700 kilómetros de litorales, el sistema selvático más septentrional del mundo, la cumbre más alta del país y de corrientes fluviales propias para actividades deportivas, se combina con una profunda riqueza cultural que se manifiesta cotidianamente en festividades, tradiciones o expresiones gastronómicas y con una economía dinámica y moderna, para hacer del estado de Veracruz un sitio con enorme potencial para la atracción de viajeros en segmentos como el turismo de sol y playa, naturaleza, cultural y de negocios.

A estos factores se agrega el componente de un pueblo alegre y hospitalario, cuya calidez es distintiva en el ámbito nacional, circunstancias que han permitido el crecimiento de una industria turística que contribuye al mejoramiento de los niveles de vida de los veracruzanos en todas las regiones del estado. En este sentido, cabe destacar que de acuerdo al COPLADEVER, para el año 2007, el Turismo aportó el 5.63% del PIB Estatal.

2.1.1.- Estructura de impulso al sector

La vocación como destino turístico del estado, ha sido comprendida por sociedad y gobierno de Veracruz quienes han establecido una amplia estructura de organizaciones privadas y sociales e instituciones públicas que fomentan la actividad turística dentro del Estado y los municipios veracruzanos.

En este sentido, desde marzo del 2006, el Poder ejecutivo del estado cuenta con la Secretaría de Turismo y Cultura, como dependencia normativa del sector, que evolucionó de una subsecretaría sectorizada a la Secretaría de Desarrollo Económico, lo que ha permitido multiplicar las acciones de capacitación a los prestadores de servicios, definir estrategias de promoción para nuestras fortalezas regionales y aumentar las inversiones públicas para mejorar la infraestructura de nuestros principales atractivos. Desde el 2001 se estableció el organismo público descentralizado Oficina de Visitantes y Convenciones del Estado, con sede en Veracruz, que administra, junto con la participación de otras dependencias públicas y organizaciones privadas del sector turístico, el fideicomiso del impuesto del 2% al hospedaje, cuya recaudación se destina a la promoción de Veracruz como destino turístico.

Además, la Ley de turismo estatal contempla la existencia de la Comisión Ejecutiva para el Fomento del Turismo de Veracruz, órgano de carácter intersecretarial que tiene por objeto conocer, atender y resolver los asuntos de naturaleza turística relacionados con la competencia de dos o más dependencias o entidades de la administración pública estatal, presidida por el Gobernador del Estado. Existen también, con el objetivo de mantener espacios de participación que propicien la concurrencia activa de los sectores público, privado, social y académico con incidencia en la actividad turística, el Consejo Consultivo de Turismo de Veracruz y figuras similares al nivel regional y municipal.

Dentro del orden de gobierno municipal, tenemos que 59 ayuntamientos cuentan con una estructura ejecutiva para el fomento del turismo al nivel local. En el estado existen ocho asociaciones de hoteleros, seis representaciones de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados, 22 de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios Turísticos. Además, existen en Veracruz 42 centros de enseñanza turística, de los cuales 1 es de nivel básico, 17 de nivel medio superior y 25 de nivel superior.

Para efectos de comparación, se incluye un cuadro que describe los recursos asignados durante el ejercicio 2010 a la Dependencia promotora de Turismo en cinco Estados de la República, incluyendo Veracruz (Figura 6). Los montos incluyen la inversión federal en Proyectos de reasignación de recursos.

Estados	Veracruz	Puebla	Oaxaca	Estado de México	Michoacán
Presupuesto total 2010	\$106,000,000.00	\$110,000,000.00	\$146,000,000.00	\$164,000,000.00	\$335,951,421.00

Páginas de Internet de las Secretarías de Turismo respectivas Presupuesto 2010 **Figura 6**

2.1.2.- Industria turística en Veracruz

Según datos del INEGI al 31 de diciembre del 2007, el estado contaba con:

- 2,675 restaurantes.
- 514 restaurantes – bar
- 211 cafeterías
- 230 agencias de viaje.
- 77 arrendadoras de autos.
- 38 balnearios.
- 10 campos de golf.
- 61 módulos de auxilio turístico.
- 380 bares.
- 136 discotecas y centros nocturnos.
- 72 centros para convenciones y eventos.
- 41 guías turísticas.
- 28 transportadoras turísticas especializadas.
- 3 marinas turísticas

El sólido crecimiento de la industria turística estatal, se refleja en la evolución de la infraestructura de establecimientos de hospedaje en la entidad a partir del 2005 hasta el año pasado, así como del número de habitaciones (Figura 7).

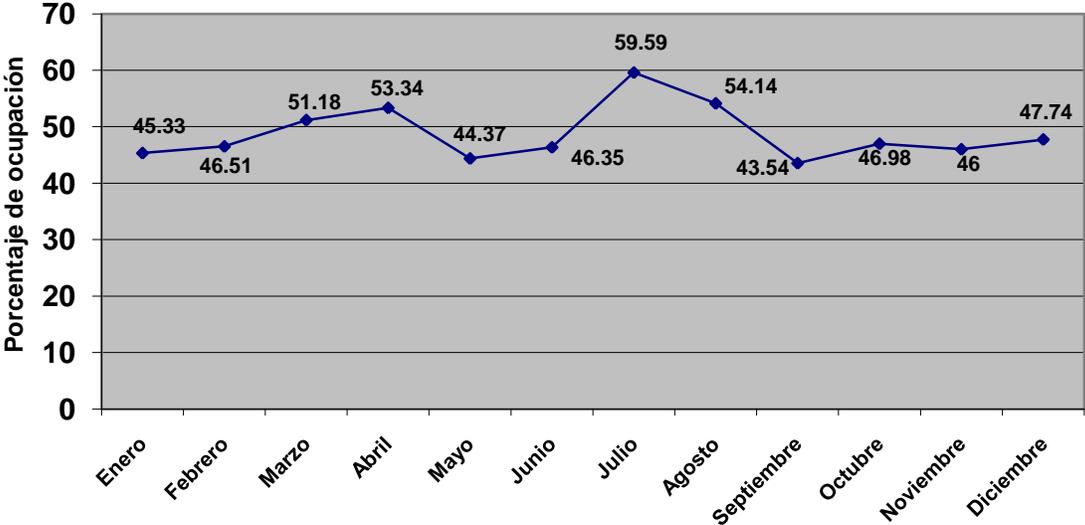
Concepto	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Establecimientos	1,116	1,171	1,177	1,233	1,299	1,329
Habitaciones	33,004	33,912	34,307	35,511	37,076	38,000

Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del Estado de Veracruz; mimeo 2010 **Figura 7**

Veracruz ocupa el cuarto lugar nacional en concentración de cuartos después de Quintana Roo, Distrito Federal, Guerrero y Jalisco. La distribución de servicios de hospedaje es la siguiente: Veracruz-Boca del Río 29.1%, Xalapa 8.8%, Tecolutla 5.5%, Poza Rica 5.3%, Coatzacoalcos 5.2%, Córdoba 5.1%, Orizaba 3.9%, Tuxpan 3.5%, Minatitlán 3.2% y Catemaco 2.1%.

El análisis de los promedios mensuales del porcentaje de ocupación hotelera presentados en el Estado durante los años 2007, 2008 y 2009 arroja que el promedio anual de ocupación en el Estado es de 48.75%. Este enfoque también nos permite establecer las temporadas en donde se registra un mayor flujo de visitantes (Figura 8). Estas son Semana Santa (15 días entre Marzo y Abril); Verano (6 semanas entre los meses de Julio y Agosto) y Navideña (2 últimas semanas del año y primera del siguiente). Otros eventos que conllevan el desplazamiento de los turistas hacia el Estado son Candelaria, Carnaval, Cumbre Tajín y Día de Muertos, pero éstos dependen de las fechas en que se realicen y de que se otorguen días de asueto en escuelas, dependencias y establecimientos.

Promedio de Porcentaje de ocupación hotelera



Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del Estado de Veracruz; mimeo 2010 **Figura 8**

2.1.3.- Aspectos estadísticos

Otros rubros que describen la magnitud del impacto del sector a la economía veracruzana, son el comportamiento anual de la actividad turística tanto en número de visitantes como en derrama económica (Figura 9), la cifra de empleos generados por el sector Restaurantes y Servicios de Alojamiento (Figura 10) y el número de llegadas de pasajeros a las tres principales terminales aéreas del Estado (Figura 11), mismas que se presentan como cuadros estadísticos para su mejor comprensión; de cuyo análisis se desprende el dinámico crecimiento de la llamada industria sin chimeneas en Veracruz.

Proyección anual de la Afluencia de Turistas en Veracruz y Derrama Económica

Concepto	2005	2006	2007	2008	2009
Llegada de turistas	6'459,204	7'281,106	7'777,674	8'493,843	7'947,536
Derrama económica	\$4,400'723,057	\$5,611'565,472	\$6,032'556,677	\$6,429'248,175	\$6,288'770,732

Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del Estado de Veracruz; mimeo 2010 **Figura 9**

Evolución de la Empleomanía en el sector Restaurantes y Servicios de Alojamiento

Año	Trimestre	No. de empleos
2007	Primero	163,318
	Segundo	192,479
	Tercero	170,422
	Cuarto	163,616
2008	Primero	160,681
	Segundo	166,171
	Tercero	187,617
	Cuarto	177,731
2009	Primer	177,649
	Segundo	197,054
	Tercero	192,583
	Cuarto	238,488
2010	Primer	228,931
	Segundo	213,034

Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del Estado de Veracruz; mimeo 2010 **Figura 10**

Magnitud del arribo de pasajeros a las tres terminales aéreas del estado de Veracruz

	2005	2006	2007	2008	2009
Minatitlán					
Aeropuerto Internacional de Canticas	156,009	178,786	196,308	163,246	151,025
Veracruz					
Aeropuerto Internacional Heriberto Jara Corona	626,476	770,103	1'054,803	1'040,367	872,907
Poza Rica					
Aeropuerto Nacional el Tajín	28,782	26,216	29,197	48,719	101,043
TOTAL	811,267	975,105	1'280,308	1'252,332	1'124,975

Informe de las Gerencias de las Terminales Aéreas respectivas 2010 **Figura 11**

2.2.- Descripción de las Fortalezas y oportunidades del sector turístico estatal

En este contexto, se utiliza el modelo de análisis FODA para realizar la revisión de las potencialidades y aspectos a mejorar dentro del sector. A efecto de cubrir puntos generales relativos a la industria pero también de la diversidad territorial del estado, se elaboró dicho análisis a partir un enfoque doble que además de estudiar a la totalidad del Estado como destino turístico en los diferentes segmentos de la actividad, también exploró facetas de competitividad específicas en las diez regiones turísticas de Veracruz.

2.2.1.- Análisis FODA de la actividad turística estatal

Las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector turístico en el estado de Veracruz son las siguientes.

FORTALEZAS:

- Diversidad biológica: posee 27 de los 48 ecosistemas que existen en México.
- Excelente conectividad por cielo, mar y tierra.
- Carácter cordial y festivo de sus habitantes.
- Deliciosa gastronomía.
- Música que emociona por sus alegres compases en tres diferentes estilos: huapango, ritmos caribeños y son jarocho.
- Amplia oferta turística:

- **Turismo Sol y Playa:** Setecientos cuarenta y cinco kilómetros de franja costera, poco más de 29% de las costas mexicanas, es el tamaño de la oferta de Veracruz para el viajero que desea sentir el sol tropical y la brisa del mar. *Principales puntos:* Cabo Rojo, Barra de Cazonces, Costa Esmeralda, El Raudal y las Higueras, Boca Andrea, Chachalacas, Veracruz, Punta Mocambo, Boca del Río, Punta Antón Lizardo, Playa Escondida, Roca Partida, Arroyo de Lisa, Coatzacoalcos, Montepío y Roca Partida, entre otros.

- **Turismo Arqueológico:** cuna de tres grandes culturas mesoamericanas: La Olmeca, considerada cultura madre, la de los pueblos del Totonacapan, que habitaron la zona costera central; y la cultura Huasteca, que se asentó en una extensa región que nace al norte de la costa veracruzana y se extiende hasta la Sierra Madre Oriental. El INAH ha registrado más de 4 mil 500 sitios arqueológicos, muchos de ellos pueden ser visitados y apreciados por el viajero, en donde los servicios e infraestructura disponible: museos de sitio, hospedaje, buena comida y lugares de esparcimiento aderezan el placer de hacer turismo arqueológico en el Estado. *Principales puntos:* El Tajín, Castillo de Teayo, Cuyuxquihui, Filobobos, Quiahuitlán, Zempoala, Paxil, San Lorenzo Tenochtitlán, El Zapotal, Tres Zapotes.

- **Turismo de Aventura:** Veracruz es el primer lugar a nivel nacional en este tipo de turismo que combina recursos naturales con adrenalina e incluye actividades como descensos en río, ciclismo de montaña, buceo, pesca, rappel, caminata, canotaje y campismo, además de paseos en lancha, veleo, esquí acuático, kayakismo, cabalgata, espeología, parapente y tirolesa. Sus montañas, valles, grutas, barrancas, selvas, cascadas, playas, esteros, lagos y pantanos son una magnífica oportunidad para vivir la naturaleza y sentir la aventura rodeado de bellos escenarios naturales. *Puntos Principales:* Tuxpan, Tlapacoyan, Jalcomulco, Orizaba, Actopan, Perote, Xico, Veracruz-Boca del Río, San Andrés Tuxtla, Catemaco, Coatzacoalcos.

- **Turismo Ecológico:** fomenta la comprensión y el respeto por el entorno. Se trata de un turismo de apreciación, no de extracción ni adición. Implica derrama económica para los grupos locales e incluso donativos a través de organizaciones de conservación y desarrollo sustentable. *Principales Puntos:* Tuxpan, Huatusco, La Mancha, Jalcomulco, Pajapan, Tatahuicapan, Selva de los Tuxtlas, Nanciyaga, Catemaco, El Salto de Eyipantla, La Laguna de Sontecomapan, La Popotera. En este rubro, en Veracruz existen espacios altamente promisorios.

- **Turismo Cultural:** Veracruz ofrece al visitante la oportunidad de entrar en contacto con los vestigios de las culturas mesoamericanas y la época colonial, así como con modernas manifestaciones artísticas y culturales. *Principales puntos:* Xalapa, Córdoba y Orizaba, Tlacotalpan y Veracruz.

- **Turismo de Negocios:** la situación geográfica privilegiada del Estado, ya que cuenta con tres de los puertos más importantes del país: Tuxpan, Coatzacoalcos y Veracruz, además de la abundancia de recursos naturales, conectividad y la calidez de su gente son motivos para que sea un destino de vinculación y negocios en el que se ha invertido para crear los espacios idóneos para tales propósitos. *Principales puntos:* Xalapa, Tuxpan, Orizaba, Poza Rica, Córdoba, Veracruz, Boca del Río, Coatzacoalcos.

- **Turismo Deportivo:** Veracruz recibe visitantes nacionales y extranjeros dispuestos a realizar deportes individuales y colectivos, participar en competencias locales e internacionales o simplemente entrenar. *Principales puntos:* Tuxpan, Tecolutla, Xalapa, Jalcomulco, Córdoba, Orizaba, Coatzacoalcos, Veracruz, Nanchital.

- **Turismo Rural:** es una nueva, audaz y atractiva propuesta de turismo sustentable en Veracruz, ya que es una forma de que los visitantes disfruten genuinamente de la riqueza cultural y natural ayudando a mejorar las condiciones de la región que visitan. Departen con el campesino, conviven con la cultura, prueban otras formas de vida, costumbres, viven ritos y danzas, se vuelven parte de los anhelos, esperanzas y la visión cosmológica de otras creencias, pero también de su futuro. *Puntos Principales:* Tamiahua, Chicontepec, Papantla, Huatusco, Perote, Coatepec, Xico, Actopan, Cosamaloapan y Tierra Blanca, Tlacotalpan, Sierra de los Tuxtlas, Catemaco, Sierra de Santa Marta.

- **Turismo Místico:** Veracruz, especialmente la región de Los Tuxtlas, es conocido por las prácticas esotéricas de sus chamanes.

OPORTUNIDADES:

- Crear un nuevo modelo turístico para el Estado, a partir de una estrategia de promoción para posicionar la marca “Veracruz”, diversificar el producto, atacar nuevos mercados, atraer más turismo internacional y elevar la importancia del turismo local promoviendo productos, no destinos.
- Incrementar la competitividad turística, lo anterior en un contexto de sustentabilidad del entorno.
- Potencializar inversiones realizadas.
- Creación y mejoramiento de infraestructura en municipios más allá de Veracruz-Boca del Río.
- Promoción y Difusión.
- Insertarse en los procesos de globalización para ser competitivo y atraer turismo cada vez más sofisticado y exigente.
- Profesionalización de la venta: capacitación técnica.
- Desarrollo del producto turístico: ofrecer múltiples opciones de los productos existentes, dar valor agregado a los productos actuales, ofrecer productos de calidad, seguridad y únicos.
- Instrumentación de los procedimientos para normar y vigilar su calidad: establecer pautas para las prácticas turísticas en el Estado y para su control.

- Desarrollar la infraestructura: básica y de apoyo a la actividad que realizan el Estado y los particulares.

- Proyectos Detonadores, en muchos de los cuales existen avances.

- **Turismo de Playa:** creación de clubes de producto en Costa Esmeralda y Veracruz-Boca del Río, instalación de baños públicos, palapas y zonas comunes; delfinario y parque acuático en Veracruz-Boca del Río, limpia de playas de Sontecomapan y cursos de cultura turística en Catemaco; Programa estatal de Playas Limpias y Acuario de Coatzacoalcos.

- **Turismo Arqueológico:** utilizar y desarrollar el actual parque temático El Tajín, reconstruir el museo y acceso a Tres Zapotes con la inclusión de las piezas arqueológicas que se han extraído de la zona; remozar e iluminar La Antigua.

- **Turismo Ecológico y de Aventura:** Incentivación de la inversión en la Laguna de Tamiahua y Tecolutla, promoción del Bosque de Niebla, del senderismo y hospedaje en la Red de Ecoturismo Comunitario de Los Tuxtlas, promoción del desarrollo turístico de la zona de Los Tuxtlas incluyendo un aeródromo, la Ruta del Café (Xalapa-Naolinco-Coatepec) y el recorrido de la Caña en Córdoba y Orizaba y la creación de clubes de productos para Jalcomulco, Tlapacoyan y Xalapa.

- **Turismo Cultural:** propone apoyar el rescate del centro histórico de Orizaba, el circuito de museos de Xalapa y el centro histórico, proyecto de iluminación del primer cuadro de Tlacotalpan y la creación de una ruta turística y el rescate del centro histórico de Veracruz.

- **Turismo de Negocios:** aprovechamiento integral del Centro de Congresos y Convenciones de Veracruz-Boca del Río, promoción de eventos y ferias en el Centro Coatzacoalcos y el desarrollo de un polo de convenciones regionales en Córdoba.

- **Turismo Deportivo:** promoción de las rutas de buceo en Roca Partida e Isla de Lobos, kayakismo en Barrillas, deportes acuáticos para las playas de Barrillas, facilidades para golf en Veracruz y Coahuila de Zaragoza.

* Se observa una gran cartera de proyectos turísticos disponibles de muy diversa índole que en conjunto recogen y reflejan la variedad de atractivos turísticos con que cuenta el Estado.

DEBILIDADES:

- Necesidad de crear la marca “Veracruz” y posicionarla.
- Falta de promoción nacional, internacional y local del amplio abanico de oferta turística.
- La concentración de esfuerzos y turismo en la zona de Veracruz-Boca del Río ha propiciado que se desatiendan elementos clave para la expansión y diversificación de la actividad.
- Falta de infraestructura, servicios y personal capacitado en la mayoría de los puntos turísticos fuera de Veracruz-Boca del Río.
- El destino se caracteriza por recibir primordialmente turismo local de los segmentos B y C.
- Falta de conectividad dentro del Estado

AMENAZAS:

- Los procesos de globalización implican viajeros nacionales e internacionales más y mejor informados acerca de las opciones que ofrecen todo tipo de turismo. Veracruz debe insertarse en ese proceso.
- Clima: a diferencia de otros destinos de playa, Veracruz registra menos días de sol anuales y mayores cambios climáticos repentinos.
- Deterioro ecológico en los destinos de Sol y Playa y Naturaleza
- Ubicación de destinos turísticos en zonas de riesgo

2.2.2.- Análisis FODA regional

También, a efecto de describir el potencial y los retos que enfrenta la industria turística a partir de un enfoque regional, necesario en un estado como el de Veracruz, que por ser la entidad federativa con el mayor número de ciudades medias del país y por las características físicas de su territorio, tiene una gran diversidad de regiones. Para este análisis, se toman en consideración las diez regiones turísticas del Estado, tal y como quedaron establecidas en el artículo 54 de la ley estatal de la materia vigente desde agosto del 2010.

REGIÓN HUASTECA ALTA

Fortalezas

- Turismo de Aventura y Ecológico: en lagunas, esteros e islas, buceo en arrecifes coralinos.
- Turismo Cultural: fiesta de Xantolo
- Atractivos por municipio:
 - Pánuco: Malecón Agustín Lara, Laguna de San Cristóbal, Laguna de la Tortuga, Santuario del Loro Huasteco.
 - Tamiahua: Laguna de Tamiahua, Barra de Cazones, Isla de Lobos, Isla del Ídolo, Isla de Pájaros, Isla el Toro, Hacienda de San Sebastián.

Oportunidades

- Desarrollar ecoturismo en la Sierra de Chicontepec
- Cercanía con otros Estados que son mercados emisores de visitantes.
- Potencial de la Laguna de Tamiahua e Isla de Lobos como el “Nuevo Cancún”
- Potencial para visitantes locales

Debilidades

- Infraestructura
- Profesionalización y capacitación
- Promoción y difusión
- Desarrollo del producto turístico
- En su mayoría, visitantes pertenecientes a los segmentos B,C
- Carreteras

Amenazas

Cercanía de Tampico y Tamaulipas

REGIÓN HUASTECA BAJA

Fortalezas

- Turismo de Aventura y Ecológico: en lagunas, esteros e islas, buceo en arrecifes coralinos.
- Turismo Arqueológico: Castillo de Teayo
- Atractivos por municipio
- Tuxpan: Río Tuxpan (pesca deportiva, motonáutica y buceo), playas, esteros y manglares, Museo de la Amistad México-Cuba.
- Castillo de Teayo: sitio arqueológico Castillo de Teayo

Oportunidades

- Potencial para visitantes locales
- Con la autopista Tuxpan es la playa más cercana principalmente al D.F. y con otros Estados que son mercados emisores de visitantes.

Debilidades

- Infraestructura
- Profesionalización y capacitación
- Promoción y difusión
- Desarrollo del producto turístico
- Carreteras

Amenazas

- Cercanía de Papantla y Tecolutla
- Contaminación, por tanto deterioro del Turismo Sol y Playa
- Contaminación de los cuerpos de agua por la zona industrial

REGIÓN TOTONACA

Fortalezas

- Turismo Sol y Playa: Costa Esmeralda
- Turismo de Aventura y Ecológico: en lagunas, esteros e islas, buceo en arrecifes coralinos.
- Turismo Arqueológico: El Tajín, Cuyuxquihui,
- Turismo Cultural: Cumbre Tajín, Papantla considerado “Pueblo Mágico” y sus Voladores.
- Turismo de Negocios: Poza Rica
- Atractivos por municipio:
 - Poza Rica: Cuyuxquihui, Barra de Cazones
 - Papantla: El Tajín, Voladores de Papantla, playas.
 - Tecolutla: playas, Boca de Lima, Barra de Tenixtepec.
 - Cazones de Herrera: campamento tortuguero
- Crecimiento de PEMEX en los próximos 10 años

Oportunidades

- Mejorar infraestructura para alcanzar segmentos A,B
- Mejorar promoción en Puebla
- Fortalecer el Turismo de Negocios en Poza Rica
- Desarrollar Turismo Rural en la Sierra de Papantla

Debilidades

- Infraestructura
- Profesionalización y capacitación
- Promoción y difusión
- Desarrollo del producto turístico
- En su mayoría, visitantes pertenecientes a los segmentos B,C
- Necesidad de reordenamiento en Costa Esmeralda
- Ampliación de la carretera a dos carriles
- Menos días de sol que otros destinos de playa

Amenazas

- Ampliación de la carretera causará la desaparición de algunos hoteles y restaurantes.

REGIÓN NAUTLA

Fortalezas

- Turismo de Aventura: Tlapacoyan, Martínez de la Torre
- Turismo Sol y Playa: El farallón de San Carlos, Nautla
- Turismo Cultural: Jicaltepec
- Turismo Arqueológico: Paxil, El Cuajilote, Vega de La Peña.
- Atractivos por municipio:
 - Nautla: Costa Esmeralda, Filobobos, El Cuajilote
 - Tlapacoyan: Cascada El Encanto, Vega de la Peña, Hacienda El Jobo, Cascada de Tomata, Finca El Carmen.
 - Martínez de la Torre: estero Tres Bocas, El Cocal y El Faro.
 - Misantla: Paxil, aguas termales.

Oportunidades

- Mejorar promoción en Puebla
- Desarrollar Turismo de Aventura en Filobobos
- Promocionar San Rafael y su gastronomía como una comunidad de influencia francesa
- Fortalecer el turismo Arqueológico de la zona

Debilidades

- Infraestructura
- Profesionalización y capacitación
- Promoción y difusión
- Desarrollo del producto turístico
- Carreteras

Amenazas

- Ampliación de la carretera causará la desaparición de algunos hoteles y restaurantes.

REGIÓN LA CAPITAL

Fortalezas

- Turismo de Aventura y Ecológico: líder nacional en actividades como descensos en río, rappel, tirolesa, ciclismo y montañismo.
- Turismo Cultural: la Región ofrece la posibilidad de entrar en contacto con numerosas expresiones artísticas, las antiguas culturas mesoamericanas y la tradición colonial a través de sus pintorescos pueblos. De hecho, Xalapa es conocida como “La Atenas Veracruzana” y Coatepec ha sido nombrado “Pueblo Mágico” en reconocimiento a su tradición, cultura, café, gastronomía, en fin, al encanto que guarda su riqueza cultural e histórica.
- Atractivos por municipio:
 - Xalapa: Museo de Antropología, Teatro del Estado, Museo Interactivo de Xalapa, Hacienda “El Lencero”, Jardín Botánico Clavijero, Paseo de los Lagos, Casa de Artesanías, Parque Macuiltepec, Parque Los Tecajetes, Puente Xallitic, Parque Juárez, Paseo de Los Berros, La Catedral, Palacio Municipal, Palacio de Gobierno, Callejón de Jesús Te Ampare.
 - Coatepec: **Ex-hacienda La Orduña, Ex-hacienda de Zimpizahua, El peñón de Cuauhtémoc**, Cascada La Granada, Cascada Bola de oro, Cerro de las Culebras.
 - Xico: **Cascada de Texolo, Loma Amarilla, Puente Coyopolán.**
 - Perote: **Fortaleza de San Carlos, Parque Nacional Cofre de Perote**
 - Jalcomulco: **Río Pescados**
 - Naolinco: **Calle Doctor Rafael Lucio, Cascada de Naolinco.**
 - Actopan: **zona arqueológica Quiahuiztlán, el Descabezadero.**

Oportunidades

- Desarrollar Turismo de Negocios
- Mejorar la infraestructura de servicios para el Turismo de Aventura y Ecológico más allá de Jalcomulco, por ejemplo en el Cofre de Perote

Debilidades

- Infraestructura
- Profesionalización y capacitación
- Promoción y difusión
- Desarrollo del producto turístico
- No cuenta con ningún centro de convenciones

Amenazas

- Turismo de Negocios concentrado en la zona Veracruz-Boca del Río
- Falta de sinergia
- Sanear cuerpos de agua como el Río Pescados

REGIÓN LAS MONTAÑAS

Fortalezas

- Turismo de Aventura y Ecológico: su exuberante naturaleza que alterna sierras y valles en una amplia zona montañosa presidida por el Pico de Orizaba, el volcán más alto del país, la hacen un reto para los montañistas profesionales y el lugar ideal para emprender caminatas, excursiones, recorridos en tirolesa y parapente y practicar excursionismo, rappel, ciclismo de montaña y espeología o simplemente disfrutar de las hermosas vistas.
- Turismo Cultural: ciudades coloniales Córdoba y Orizaba.
- Incipiente Turismo de Negocios
- Atractivos Turísticos por municipio:
 - Orizaba: Palacio Municipal, Palacio de Hierro, Castillo Mier y Pesado, Museo de Arte del Estado, Puentes de la Ciudad, Ojo de Agua, Cerro de Escamela, Pico de Orizaba.
 - Córdoba: Palacio Municipal, Catedral de la Inmaculada Concepción, Teatro Pedro Díaz, Museo de la Ciudad, Portal de Zevallos, Portal de la Gloria.
 - Fortín de las Flores: Barranca del Metlac, El Corazón, Cerro de las Antenas.
 - Huatusco: Reserva Ecológica Las Cañadas
 - Coscomatepec: recorridos por la ciudad, Canopy Tour
 - Zongolica: cascada Coxole, caverna Totomochapa, gruta Chicomapa, sumidero Popocatepec, cascada de Atlahuiztía, El Boquerón.
 - Ixtaczoquitlán: Cerro de San Juan o de Microondas, Paseo de los 500 escalones, grutas.
 - Nogales: cañón La Carbonera y sus rutas
- Ubicación: 1.30hr Puebla, 3hrs. Distrito Federal, 1hr Veracruz.

Oportunidades

- Desarrollar infraestructura para el Turismo de Negocios
- Desarrollar infraestructura para el Turismo de Aventura y Ecológico.
- Existencia de atractivos naturales y empresarios interesados en patrocinar su desarrollo.

Debilidades

- Infraestructura
- Profesionalización y capacitación

- Promoción y difusión
- Desarrollo del producto turístico
- Conectividad dentro de la Región

Amenazas

- Contaminación, la zona se vuelve cada vez más industrial

REGIÓN SOTAVENTO

Fortalezas

- Turismo Sol y Playa: incluye pesca deportiva y buceo en los arrecifes decretados por la ONU como reserva de la biosfera.
 - Turismo Arqueológico: Zempoala y Quiahuitlán.
 - Turismo de Negocios: oportunidades para la inversión, centro de negocios WTC, puerto importante a nivel nacional e internacional.
 - Turismo Cultural: Carnaval de Veracruz, La Antigua, , San Juan de Ulúa,
 - Atractivos por municipio
- Veracruz: Acuario, San Juan de Ulúa, Paseo del Malecón, Baluarte de Santiago, Isla de Sacrificios, Antón Lizardo, Parque Arrecifal Veracruzano, Café de la Parroquia, Los Portales, La Catedral, Estación de Ferrocarril, Oficina de Correos, Museo de la Ciudad, Museo de Historia Naval, Casa Agustín Lara, Tranvía de la Ciudad, Parque Ecológico Ruiz Cortines, Parque zoológico Miguel Ángel de Quevedo
 - Boca del Río: Río Jamapa, Mandinga.
 - La Antigua: Casa de Cortés, Ermita del Rosario, Parroquia del Cristo del Buen Viaje, Río Huitzilapan.
 - Úrsulo Galván: zona arqueológica Zempoala, Chachalacas.
- Gastronomía que va de tradicional a sofisticada
 - Aeropuerto Internacional
 - Infraestructura: hoteles, restaurantes, lo mejores servicios del Estado.
 - Combina tradición y modernidad
 - Vida nocturna
 - Conectividad terrestre, marina y aérea

Oportunidades

- Fortalecer el Turismo Cultural, más allá del Carnaval de Veracruz
- Fortalecer el Turismo de Negocios
- Aprovechar mejor cada evento

Debilidades

- Profesionalización y capacitación
- Promoción y difusión
- Desarrollo del producto turístico
- Predomina el turismo nacional perteneciente a los segmentos B,C
- No hay flujo de cruceros
- Playas sucias

Amenazas

- Contaminación
- No modernización de la infraestructura de aguas residuales
- Inundaciones
- Deterioro de los cuerpos de agua

REGIÓN PAPALOAPAN

Fortalezas

- Turismo Cultural: Tlacotalpan ha sido declarado por la UNESCO como patrimonio de la humanidad, además de ser ícono del sabor veracruzano, su arquitectura y magia rivereña, peregrinación a Otatilán, la Dama de Tlacojalpan.
- Turismo Sol y Playa: incluye pesca deportiva y buceo en los arrecifes.
- Turismo Arqueológico: El Zapotal.
- Atractivos por municipio:
 - Alvarado: Laguna de Alvarado, Playas la Cava, la Trocha, las Escolleras, Playa Azul, Antón Lizardo, El Conchal, Mandinga y Matoza.
 - Tlacotalpan: Museo Salvador Ferrando, Casa de la Cultura, Malecón.
 - Ignacio de la Llave: zona arqueológica El Zapotal
 - Ángel R. Cabada: Salto de Tula, Laguna del Majahual, Chiconamel.
- Gastronomía que va de tradicional a sofisticada

Oportunidades

- Establecimiento de una red pluvial en el Papaloapan
- Aprovechar a Tlacotalpan como detonador turístico de la zona
- Fortalecer al puerto de Alvarado y promocionar su gastronomía

Debilidades

- Playas sucias
- Profesionalización y capacitación
- Promoción y difusión
- Infraestructura

Amenazas

- Cercanía con el puerto de Veracruz y Boca del Río
- Deterioro de los cuerpos de agua

REGIÓN LOS TUXTLAS

Fortalezas

- Turismo Sol y Playa
- Turismo de Aventura y Ecológico: La posición geográfica de la región y sus diversas altitudes, que van desde el nivel del mar hasta los 1,700 mts de altura hacen que tenga una gran variedad de condiciones microclimáticas que alientan la existencia de una amplia variedad de flora y fauna. Basta decir que su Reserva Ecológica de Nanciyaga registra más de 2,368 especies de plantas vasculares, 117 especies de reptiles y 45 de anfibios, 561 especies de aves y 128 especies de mamíferos. En esencia, la enorme diversidad de la zona, sus lagunas profundas, espectaculares caídas de agua y exuberante vegetación hacen de la zona un paraíso tropical.
- Turismo Arqueológico: Tres Zapotes
- Turismo Místico: la zona es conocida por las prácticas esotéricas de sus chamanes, cada año el primer domingo de marzo se reúnen cientos de brujos para realizar una serie de ritos.
- Atractivos por municipio
 - Catemaco: Laguna Catemaco, Reserva Ecológica Nanciyaga, Sontecomapan, Playa Escondida, Estación de Biología de la UNAM.
 - Santiago Tuxtla: zona arqueológica Tres Zapotes, Museo Regional Tuxtleco.
 - San Andrés Tuxtla: Salto de Eyipantla, Laguna Encantada, Yambigapan, Volcán de San Martín, Reserva Ruiz Cortínes, Montepío, Roca Partida, Toro Prieto.

Oportunidades

- Desarrollar el Turismo Académico en la Reserva de la Biosfera
- Aprovechar su cercanía a Veracruz

Debilidades

- Infraestructura
- Profesionalización y capacitación
- Promoción y difusión
- Desarrollo del producto turístico
- En su mayoría, visitantes pertenecientes a los segmentos B,C
- Conectividad

Amenazas

- Deforestación
- Contaminación de los cuerpos de agua

REGIÓN OLMECA

Fortalezas

- Turismo de Negocios: la Región es un lugar envidiable para hacer negocios e impulsar la pequeña y mediana industria porque es una zona próspera, con servicios de primer nivel e industrias fortalecidas basadas en la petroquímica. Cuenta con el Centro Coatzacoalcos (de convenciones y teatro), imán de los mejores eventos del sureste.
- Turismo Sol y Playa
- Turismo Arqueológico: San Lorenzo Tenochtitlán
- Turismo Deportivo: Coatzacoalcos cuenta con campos deportivos de fútbol y béisbol profesionales, campo de golf
- Eventos: Encuentro del Mar, Carnaval de Coatzacoalcos, Feria regional y el Mosaico de Culturas
- Pesca Deportiva
- Gastronomía: pueden degustarse exquisitos guisos con carne de armadillo, tortuga, pejelagarto, venado, tejón y mejillones.
- Infraestructura turística, comercial y tecnológica
- Excelente conectividad terrestre
- Atractivos por municipio:
 - Coatzacoalcos: Zona Arqueológica San Lorenzo Tenochtitlán, Centro Coatzacoalcos, Puente Coatzacoalcos I, Puente Coatzacoalcos II, Río Coatzacoalcos, Paseo de las Escolleras, Estadio Rafael Hernández Ochoa, Plaza Olmeca, Museo del Faro, Paseo Ribereño
 - Minatitlán: Ribera de Minatitlán, Laguna del Manatí, el Salto, Peñitas, el rebaje del Río Minatitlán, Ojo de Mar, laguna del Manatí.
 - Acayucán: Balneario las Lajas
 - Las Chopas: Cascada de Playa Santa, Balneario San José del Carmen
 - Agua Dulce: Barra de Tonalá, Playa Palmitas
 - Textistepec: El Azul, Potrero Nuevo

* Se planea la construcción de tres hoteles de primer orden, un acuario, el túnel sumergido hacia Allende y el desarrollo del corredor transísmico. Un lugar envidiable para hacer negocios, impulsar la pequeña y mediana industria. Zona próspera y rica, con servicios de primer nivel e industrias fortalecidas basadas en la petroquímica.

Oportunidades

- Desarrollar Turismo Ecológico en la Sierra de Sotepan
- Desarrollar y promocionar San Lorenzo Tenochtitlan
- Aprovechar la cercanía con Tuxtla Gutiérrez y Oaxaca como puerta del sureste

Debilidades

- Alta contaminación
- Presencia y prioridad de la industria petrolera
- Falta de infraestructura hotelera
- Infraestructura hotelera
- Profesionalización y capacitación
- Promoción y difusión
- Desarrollo del producto turístico

Amenazas

- Contaminación, por tanto deterioro del Turismo Sol y Playa

2.3.- La nueva ley de turismo para el estado de Veracruz

En este contexto, ante el mandato de reformar las legislaciones estatales de la materia, establecido en el articulado transitorio de la Ley General de Turismo, promulgada por el Congreso de la Unión en junio del 2009, la Comisión permanente de Turismo del Congreso del Estado y la Secretaría de Turismo y Cultura del gobierno estatal, convocaron a todos los actores participantes en el sector turístico de Veracruz a participar en cinco foros para discutir los contenidos de una nueva Ley de Turismo para el estado.

Los objetivos planteados para estos foros, incluían aspectos fundamentales para reafirmar la soberanía estatal en el sector turístico, tales como definir las responsabilidades de los órdenes de gobierno estatal y municipal, determinar sanciones a los prestadores de servicios turísticos que incumplieran con las normas, crear un fideicomiso para el Desarrollo Turístico del Estado de Veracruz como un instrumento para el fondeo de proyectos de micro y pequeños empresarios del sector en segmentos turísticos prioritarios, precisar los instrumentos para la eficaz planeación del desarrollo turístico del Estado y fortalecer el sistema de información estadística del sector turístico DATATUR.

Con estos fines y la estrecha colaboración de empresarios, académicos prestadores de servicios y actores interesados en el sector, la Comisión Permanente de Turismo del Congreso del Estado y la Secretaría de Turismo y Cultura, se integró un ordenamiento que, mediante instrumentos innovadores en el ámbito nacional, establece bases claras de coordinación entre los tres órdenes de gobierno, define lineamientos para la planeación de las acciones públicas de fomento y promoción de la actividad y plantea previsiones para mejorar la calidad de los servicios a nuestros visitantes, lo que permitirá orientar desde una perspectiva estatal, el desarrollo sustentable del sector turístico de la entidad.

La Ley número 843 de Turismo para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave que fue aprobada unánimemente por el Congreso del Estado, se integra por 125 artículos, distribuidos en 13 títulos y 32 capítulos.

2.3.1.- El énfasis en la planeación y la medición como ejes del desarrollo turístico del Estado

El nuevo ordenamiento pretendió resolver, a partir de la contribución de todos los actores involucrados en la industria, la problemática implícita en la ausencia de previsiones que definieran esquemas de planeación desde el sector público para el crecimiento del turismo desde una óptica de sustentabilidad, así como de un sistema para la medición de los diversos indicadores que integran el comportamiento económico del ramo. Esto resultaba particularmente importante, dado que la inclusión de lineamientos para la atención de ambos factores eleva la perspectiva de éxito de la actividad e incrementa la incidencia del Estado en su desarrollo futuro.

En lo tocante a la importancia de la planeación, la ley 843 de Turismo para el Estado de Veracruz, estableció instrumentos como la Comisión Ejecutiva para el Fomento del Turismo de Veracruz, órgano de carácter intersecretarial para conocer, atender y resolver los asuntos de naturaleza turística relacionados con la competencia de dos o más dependencias o entidades de la administración pública estatal que será presidida por el Gobernador del Estado y cuyo objetivo es perfeccionar la coordinación de las diversas dependencias del gobierno estatal para la realización de acciones en beneficio del sector turístico.

Además, con el fin de mantener espacios de participación que propicien la concurrencia activa, comprometida y responsable de los sectores público, privado, social y académico con incidencia en la actividad turística, el ordenamiento conserva la figura del Consejo Consultivo de Turismo de Veracruz así como de sus similares al nivel regional y municipal, previstas en la legislación anterior, pero perfecciona su organización y atribuciones aprovechando la experiencia de su operación.

En su título cuarto, denominado “de los Lineamientos para las Políticas Públicas en Materia Turística”, la Ley establece prescripciones que permitirán afianzar la importancia estratégica de la actividad turística para el desarrollo económico y social de la entidad, como su incorporación a las cadenas productivas regionales y municipales, su inclusión en el Plan Veracruzano de Desarrollo y en programas académicos de las instituciones educativas desde los niveles básicos con el fin de afianzar en el estado una cultura turística que comprenda la importancia de respetar y conservar nuestras riquezas naturales y culturales así como de mostrar un espíritu de servicio y hospitalidad hacia el turista nacional y extranjero. Además se plantea la promoción del turismo social y la obligación de autoridades y prestadores de servicios de establecer condiciones de accesibilidad a los servicios y atractivos turísticos para las personas con capacidades diferentes. El título contiene además un capítulo específico que enfatiza la importancia de la sustentabilidad como fundamento de nuestra actividad turística y asegura que los proyectos públicos y privados concernientes al sector, cumplan con las disposiciones legales en materia ambiental y no afecten el entorno social de su asentamiento, además de crear programas de limpieza y mantenimiento de los atractivos turísticos.

De especial importancia es el título quinto del ordenamiento “De la planeación gubernamental, la vocación turística de los municipios y el ordenamiento territorial”, en donde se definen los elementos que deberán ser previstos para la elaboración del programa sectorial en materia turística, tales como su armonización con el Plan Veracruzano de Desarrollo y las directrices previstas en el Plan Nacional de Desarrollo y en el Programa Nacional de Turismo. En este título también se estatuye el Índice de Vocación Turística de los municipios del estado, aspecto que se revisará a profundidad en el acápite siguiente y se plantea la implementación de un Programa para el Ordenamiento Turístico del Territorio del Estado que será otro instrumento que ampliará la sustentabilidad del sector, el cual deberá guardar congruencia con los programas estatales y municipales de ordenamiento ambiental, desarrollo urbano y uso de suelo y tendrá por objeto determinar el área territorial a ordenar, describir sus recursos turísticos, establecer un análisis de riesgos y proponer los criterios para la determinación de los planes o programas de desarrollo urbano, así como del uso de suelo, con el propósito de preservar los recursos naturales y aprovechar de manera ordenada y sustentable los recursos turísticos.

La nueva legislación también recogió la importancia de establecer lineamientos para elevar la eficacia de las acciones de promoción de nuestros atractivos y destinos turísticos, definir caminos para fomentar la generación de micro, medianas y pequeñas empresas en el sector y estimular la prestación de servicios turísticos de calidad mundial en el estado, en su título séptimo. Así, la promoción de la oferta turística que realice la secretaría estatal del ramo, tomará en cuenta las sugerencias de los órganos colegiados previstos en esta ley y fomentará la participación de empresas y organizaciones veracruzanas en ferias y exposiciones del sector turístico en los mercados nacional e internacional, además de realizar acciones específicas para incrementar la utilización de los sitios naturales y arquitectónicos del estado como locación para producciones cinematográficas. Otra previsión que contribuirá a clarificar aspectos de la industria turística está contenida en el artículo 4 de la ley que contiene un glosario que permitirá la comprensión adecuada de los términos técnicos usados en su redacción.

Antes de la promulgación de esta ley, la información sobre el desempeño de los diversos indicadores que componen la actividad turística provenía principalmente de DATATUR, instrumento del gobierno federal que sólo levanta las cifras de cuatro destinos del estado: Veracruz-Boca del Río, Xalapa, Coatzacoalcos y Poza Rica, lo que resultaba en un panorama incompleto en materia de medición. Por lo anterior y considerando que para propiciar la consolidación de la industria turística en el estado es necesario contar con instrumentos que permitan el levantamiento de información sobre los variados aspectos socioeconómicos en los que ésta incide dentro del ámbito estatal y así evaluar los alcances de las políticas públicas implementadas para su fomento, medir la evolución del sector y contar con mayores herramientas para la toma de decisiones, en su título undécimo la ley creó el Sistema Estatal de Información Estadística Turística que integrará periódicamente un Diagnóstico Estatal sobre la actividad turística del Estado que será puesto a disposición del público interesado. Asimismo, la ley establece las bases de coordinación entre la secretaría y los municipios para la operación del Registro Nacional de Turismo cuya

finalidad es recabar información sobre los prestadores de servicios turísticos a nivel nacional, con objeto de conocer mejor el mercado turístico, misma que será remitida por la secretaría a su contraparte federal para integrar dicho registro.

De esta manera, el nuevo ordenamiento, al establecer previsiones que remarcan la importancia de plantear adecuados procesos de planeación para el crecimiento ordenado y sustentable de la actividad turística, así como instrumentos que registran de manera sistematizada los diversos indicadores involucrados en su comportamiento, no sólo resuelve las carencias que las dependencias estatales y municipales de impulso al sector tenían en esos aspectos, pero además eleva la posibilidad de aportar una óptica local a las condiciones futuras del desarrollo de la industria del turismo en Veracruz.

2.3.2.- El Índice de Vocación Turística de los Municipios

Como se planteó líneas arriba, la ley 843 de Turismo para el Estado de Veracruz, estableció el Índice de Vocación Turística como un conjunto de variables de sustentabilidad, que permitirán definir el potencial turístico de los municipios.

Este instrumento pretendió resolver el problema que representaba para la Secretaría de Turismo y Cultura, en tanto dependencia rectora del rubro en la entidad, la ausencia de un marco de referencia metodológico para determinar cuáles de los 212 municipios de Veracruz reúnen características suficientes para calificar como demarcaciones con potencialidad turística. Esto es particularmente importante en un Estado como el nuestro en el cual, a diferencia de otras Entidades federativas que también son destinos turísticos como Baja California o Quintana Roo, concurren un gran número de demarcaciones municipales y entre éstas, existen abismales diferencias entre los niveles de desarrollo, infraestructura pública y de servicios turísticos o aptitud como destino en los diversos segmentos de la industria.

El problema no era menor, si consideramos que la escasez de recursos para el fomento de la actividad a nivel municipal, obliga a su priorización a efecto de potenciar al máximo los beneficios de las inversiones públicas en la materia. En este sentido, un análisis objetivo de las perspectivas vigentes de crecimiento para el sector en cada municipio, posibilita el óptimo diseño de políticas públicas que, al tiempo de impulsar esas particularidades, fomentarán sinergias regionales que contribuyan a consolidar al turismo como una herramienta para lograr desarrollo económico. En adición, la implementación de un sistema para medir objetivamente el potencial turístico, constituye un esfuerzo inédito a nivel nacional que sitúa a Veracruz a la vanguardia en la materia.

La legislación dividió en dos partes lo referente a este indicador. En la primera, planteada en los artículos del 39 al 44, define al Índice, plantea sus cuatro variables de análisis, describe el procedimiento así como los requisitos que deberán cumplir los ayuntamientos para solicitar su inclusión en el padrón de municipios con vocación turística, además de establecer las facultades de la secretaría estatal del ramo para evaluar los estudios, emitir los lineamientos técnicos para la cuantificación de cada variable de análisis y otorgar la denominación de “Municipio con Vocación Turística”, con fundamento en el resultado de la evaluación. A efecto de dar énfasis a este capítulo y por técnica legislativa, estas previsiones fueron incluidas en el ya referido título quinto del ordenamiento “De la planeación gubernamental, la vocación turística de los municipios y el ordenamiento territorial”. La segunda parte integra el título sexto De las regiones, los municipios y las zonas de desarrollo turístico sustentable y establece a detalle, en los artículos 55, 56 y 57 los beneficios y obligaciones inherentes a la calidad de municipio con vocación turística.

Es preciso enfatizar que el presente trabajo diseña una propuesta para la integración de un cuaderno de cargos y un sistema de evaluación para la realización del estudio requerido para la obtención de la denominación de municipio con vocación turística, mismos que serán explicados a detalle en el capítulo siguiente.

2.3.3.- Otros aspectos innovadores del ordenamiento

La nueva legislación turística estatal, también introdujo provisiones en rubros que refuerzan el papel de la industria turística como uno de los ejes de la economía veracruzana.

En este sentido, destaca el establecimiento de la Certificación Laboral Veracruz Turístico que pretende fomentar la especialización y profesionalización de los prestadores de servicios y fortalecer el atractivo del Estado de Veracruz como destino turístico y contribuirá a que nuestros visitantes logren un mejor conocimiento de la riqueza de la historia, naturaleza y manifestaciones culturales del Estado.

También, la creación del Premio Veracruz a la Calidad Turística que reconocerá a empresas, asociaciones o individuos que fomenten el mejoramiento de la atención a nuestros visitantes. Otra faceta novedosa del ordenamiento, la cual reconoce que la situación geográfica del estado, además de otorgarle una enorme diversidad de atractivos naturales, lo hace susceptible al impacto de fenómenos meteorológicos que afectan sitios como playas u otros cuerpos de agua donde existen instalaciones donde se prestan servicios turísticos, es la facultad de la secretaría del ramo para implementar acciones tendentes a fomentar entre turistas y prestadores de servicios, el conocimiento de las medidas que el Sistema Estatal de Protección Civil dictamine para enfrentar cualquier contingencia que ponga en riesgo su integridad física, integrada al título décimo segundo del mismo.

Además, con el fin de impulsar la creación de empleos relacionados con el sector turismo, la secretaría implementará y operará un Fondo de Garantía para la Promoción de la Actividad Turística del Estado que permitirá el fondeo de proyectos con rentabilidad económica e impacto social.

El turista es el eslabón más importante de la cadena productiva articulada en torno al sector turístico. Por lo anterior, resultaba necesario establecer provisiones que facultaran al estado para proteger los derechos de los turistas durante su estancia en Veracruz, verificar la adecuada operación de los servicios turísticos y sancionar a empresas o individuos que, al incumplir sus obligaciones, afectan una industria que fundamenta su éxito en la percepción de sus consumidores. Así, en su título décimo tercero, la nueva Ley de Turismo estatal contempla una estructura de sanciones fundamentadas en el procedimiento administrativo establecido en el código estatal de la materia que, al tiempo de asegurar los derechos de los prestadores de servicios, permite a la secretaría tutelar de manera efectiva la adecuada operación de las empresas del sector residentes en el Estado.

Todo lo anterior nos permite afirmar que un adecuado proceso legislativo en el que concurren una amplia participación de los actores involucrados en la industria turística estatal y aportaciones de académicos y estudiosos, permitió definir una ley que es un fundamento adecuado para asegurar el óptimo crecimiento del sector en el corto plazo.

3.- Metodología para determinar la vocación turística de los Municipios

3.1.- La responsabilidad de los municipios en el desarrollo turístico.

Es evidente la necesidad del involucramiento eficaz del orden de gobierno municipal en crear las condiciones dentro de su ámbito territorial para el óptimo crecimiento de la industria turística, sobre todo cuando consideramos que es dentro del territorio de los municipios donde se localizan los atractivos que generan el flujo de visitantes.

En este sentido, el orden constitucional mexicano, en su artículo 115, define al municipio libre como base de la división territorial de las entidades federativas, así como fundamento de su organización política y administrativa. Además, en el apartado V de dicho ordenamiento, se faculta a los municipios a formular, aprobar y administrar la zonificación y planes de desarrollo urbano municipal; autorizar, controlar y vigilar la utilización del suelo, en el ámbito de su competencia; intervenir en la regularización de la tenencia de la tierra urbana; otorgar licencias y permisos para construcciones, así como a participar en la creación y administración de zonas de reservas ecológicas y en la elaboración y aplicación de programas de ordenamiento en esta materia; atribuciones todas que inciden tanto en la instalación de infraestructura de hospedaje como en la utilización del suelo en zonas de aforo de turistas.

Más allá de atribuciones legales, al ser los ayuntamientos la primera autoridad dentro de las localidades, es claro que tienen la responsabilidad política de impulsar la actividad económica dentro de sus municipios por el impacto en la generación de empleos y en general en la elevación del nivel de vida de los habitantes de sus demarcaciones.

3.1.1.- Las atribuciones del orden de gobierno municipal en la legislación turística federal y estatal.

Esta responsabilidad de los ayuntamientos es plenamente reconocida por las leyes que rigen la materia turística tanto en el ámbito federal como en el estado de Veracruz.

De acuerdo a la Ley General de Turismo, a los municipios de México les concierne, entre otras atribuciones, la planeación, programación, fomento y desarrollo de la actividad turística; la participación en los programas locales de ordenamiento territorial turístico; la promoción del impulso a la mediana, pequeña y micro empresa turística, así como la recepción y canalización de las quejas de los turistas ante las autoridades correspondientes para su atención.

Por lo que toca a la legislación de un estado como el nuestro, donde, como se planteó páginas atrás, concurren un gran número de demarcaciones municipales entre las que existen abismales diferencias en sus niveles de desarrollo, el modelo de impulso al turismo plantea que todas las interacciones de la actividad recaen sobre un territorio específico, el Municipio, por lo que éste debe convertirse en agente facilitador para este fin.

Para ello, la ley 843 de Turismo para el Estado de Veracruz, con un sentido federalista, establece una serie de atribuciones y responsabilidades para los Ayuntamientos entre las que destacan la elaboración, conducción y evaluación de la política turística municipal; la formulación, ejecución y evaluación de un programa de

Desarrollo Turístico Municipal; establecer el Consejo Municipal de la materia el cual, además de ser un espacio para concertar con los sectores privado y social las acciones tendientes a detonar programas a favor de la actividad turística tendrá por objeto coordinar, proponer y formular las estrategias y acciones de la administración pública municipal, con el fin de lograr un desarrollo sustentable de la actividad en el municipio; participar en el diseño y ejecución del Programa de Ordenamiento territorial, así como en el diseño, instrumentación, ejecución y evaluación de las acciones para el desarrollo turístico sustentable; realizar el diagnóstico para ser considerado como municipio con vocación turística, dentro de los lineamientos establecidos por la Secretaría estatal del ramo; formular y conducir la política municipal de información y difusión en materia turística; coadyuvar en la instrumentación de las acciones de promoción de los destinos, segmentos y actividades turísticas que se desarrollen en su territorio; participar en ferias y eventos promocionales del sector, en los ámbitos estatal, nacional e internacional, así como promover el impulso de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas; participar en los programas de prevención y atención de emergencias y desastres, así como en acciones para la gestión integral de los riesgos, conforme a las políticas y programas de protección civil que al efecto se establezcan; operar módulos de información y orientación al turista, en coordinación con la Secretaría estatal y los prestadores de servicios; emitir opinión ante las Secretarías federal y del estado, en aquellos casos en que una inversión concorra en proyectos de desarrollo turístico o en el establecimiento de servicios turísticos dentro de su territorio y coordinarse con la Secretaría del estado para la implementación de políticas públicas en materia turística.

Además, como también ya fue mencionado, el ordenamiento estatal define claramente los apoyos y obligaciones que serán conferidos a los municipios con vocación turística.

El análisis de ambas legislaciones arroja que los ayuntamientos tienen un entramado jurídico adecuado para convertirse en agentes detonadores del desarrollo de la industria turística dentro de sus localidades.

3.1.2.- El papel del gobierno municipal en la operación sustentable de la industria y el fomento de la cultura turística en las localidades.

Pero también es necesario enfatizar la importancia del involucramiento del orden de gobierno municipal en otros aspectos que afectan al desarrollo de una industria como el turismo que basa su éxito en la oferta de experiencias gratificantes a los viajeros. En este sentido, es evidente la necesidad de que los ayuntamientos definan acciones que atiendan tanto al cuidado de los atractivos naturales, arquitectónicos o culturales existentes en su territorio, como al fortalecimiento de un ambiente de calidez y atención al visitante.

Así, la exigencia de que la sustentabilidad vertebré el desarrollo de la industria turística, que es reconocida tanto en programas federales del rubro como Agenda 21 como en la ley de turismo estatal, es un área donde la participación de los ayuntamientos es fundamental.

En este contexto, podrían resumirse los fundamentos del desarrollo turístico sostenible de la siguiente (Guía para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de un territorio; Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2008):

- Los recursos naturales, paisajísticos, históricos, culturales o de otro tipo utilizados por el turismo se conservan para poder ser utilizados en el futuro, reportando al mismo tiempo beneficios a la sociedad actual.
- Si una administración local quiere que su desarrollo turístico sea sostenible y duradero debe planificarlo de manera que no produzca efectos contraproducentes en el medio ambiente.
- La planificación de un desarrollo sostenible consigue que los beneficios del turismo se repartan entre la colectividad local.

De acuerdo al glosario de términos que es parte de la ley estatal, turismo sustentable es aquel que cumple con tres directrices:

- a) Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- b). Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y sus valores tradicionales y contribuir al entendimiento y a las tolerancias interculturales.
- c). Asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

Esta definición, en especial sus dos primeros incisos, describen a la perfección la necesidad de que los ayuntamientos asuman un papel activo en la preservación del patrimonio natural y cultural de existente al nivel municipal.

Pero la existencia de atractivos naturales y culturales es sólo una parte de la experiencia de los viajeros que debe ser complementada con atención y hospitalidad. Por ello, la ley reconoce la necesidad de fortalecer una cultura turística en el estado a partir de dos enfoques, uno que hace énfasis en la sustentabilidad de la industria a partir del cuidado del entorno natural y la promoción de las manifestaciones culturales locales y otro que impulsará entre los prestadores de servicios y la ciudadanía en general la adopción de estándares de calidad mundial en la recepción a los visitantes.

3.2.- Cuaderno de cargos para la elaboración del diagnóstico

De esta manera, de acuerdo a lo establecido por el capítulo correspondiente de la Ley de Turismo del Estado, contenido en los artículos del 40 al 44 inclusive, todos los municipios del Estado podrán ser considerados para formar parte del padrón de Municipios con Vocación Turística, por acuerdo de la Secretaría, previa elaboración de su diagnóstico de vocación turística. Dicho estudio considerará las variables determinadas por la Secretaría y contendrá el Inventario Municipal de Proyectos. Los ayuntamientos que quieran formar parte de ese padrón deberán remitir a la Secretaría del ramo estatal, una solicitud aprobada por el Cabildo la cual deberá acompañarse del diagnóstico correspondiente.

Es en el numeral 41 del capítulo en análisis, donde se definen las cuatro variables cuyo estudio permitirá determinar el Índice de Vocación Turística de los municipios: atracción turística; servicios turísticos; infraestructura y superestructura.

De acuerdo a estas previsiones, se propone el diseño de un cuaderno de cargos como primer elemento para la integración de una metodología que nos permita determinar la vocación turística de los municipios del estado. Este cuaderno se presenta en forma esquematizada para cada una de las variables a analizar, aunque el llenado del mismo deberá incluir una descripción puntual para cada reactivo que facilitará su ponderación por parte de la Secretaría, además de incluir información adicional que será precisada posteriormente. El cuaderno de cargos aquí propuesto, con las mejoras que se consideren convenientes, será entregado por la Secretaría de Turismo y Cultura a los Ayuntamientos que inicien los trámites para su inclusión en el padrón de Municipios con Vocación Turística del Estado.

No se omite mencionar que al residir en los ayuntamientos la responsabilidad de la formulación e integración del diagnóstico requerido y dada la escasez de cuadros capacitados en las administraciones públicas municipales, se recomienda la contratación de una consultora especializada para ese fin.

3.2.1.- Variable de atracción turística

Es evidente que cuando se trata de medir la potencialidad en materia turística de cualquier sitio, el indicador más importante a considerar será la existencia en ese lugar de uno o varios factores que propicien el traslado de viajeros para su goce. La ley define a esta variable como los elementos existentes en el municipio que motivan el viaje y atraen visitantes, así como su estado de conservación. Este término se utiliza preferentemente para enumerar los espacios naturales, culturales e históricos que sean parte de la oferta turística.

Entre los diversos aspectos que se pueden considerar para la medición de esta variable encontramos los siguientes:

- a. Cuerpos de agua: Mares, lagos, ríos, lagunas, cascadas, aguas termales naturales y arroyos en los que se pueda realizar alguna actividad turística / deportiva y/o disfrutar como paisaje.
- b. Áreas Naturales: Lugares físicos o espacios en donde uno o más elementos de la naturaleza permiten realizar actividades turísticas / deportivas / aventura, pero que no han sido alterados por los seres humanos. Se le dará preferencia a aquellos que cuenten con la declaratoria de Área Natural Protegida.
- c. Zonas arqueológicas: Un lugar en donde hay restos materiales, que son vestigios de ocupación prehispánica. Pueden ser: cementerios, templos, edificaciones aisladas, pinturas rupestres, palacios, entre otros.
- d. Sitios históricos: Espacios donde se localizan testimonios de sucesos históricos, edificaciones, placas conmemorativas. Monumentos, museos, documentos y cualquier otro vestigio de la Historia de México.
- e. Gastronomía: Se refiere a la relación entre cultura y cocina típica, e infiere cuando es un atractivo para visitantes que gustan del buen comer.
- f. Manifestaciones culturales: Expresiones que reflejan creencias, costumbres, tradiciones, rituales, entre otros. Por la manera en que se presentan: ferias, festividades, carnavales, etc., provocan movilidad de las personas interesadas en disfrutar de ellas.
- g. Cercanía con destinos turísticos consolidados: La ubicación geográfica es un factor determinante en la atracción turística, sobre todo por los accesos con los que cuenta para que el turismo llegue. Si el municipio no cuenta con infraestructura turística como hospedaje, pero está cerca de un sitio turístico, resulta también atractivo.

Para una integración adecuada de la información contenida en esta variable, se propone el siguiente esquema:

CUADERNO DE CARGOS PARA LA DETERMINACIÓN DE LA VOCACIÓN TURÍSTICA DE LOS MUNICIPIOS DE VERACRUZ

Variable de Atracción

CONCEPTO	VARIABLES DEL ANÁLISIS
Cuerpos de agua: mar, lagos, ríos, lagunas, cascadas, riachuelos, aguas termales, arroyos, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Cuerpos de agua que existen en el municipio y tipo. • Grado de contaminación de los cuerpos de agua. • Accesibilidad para el turista. • Actividades existentes en los cuerpos de agua. • Servicios con los que cuenta cada uno de éstos. • Tour operadores que manejan los cuerpos de agua.
Áreas Naturales	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de áreas naturales en el municipio y tipo. • Existencia de declaratorias de Áreas Naturales Protegidas. • Singularidad. • Estado en el que se encuentran: grado de deterioro ecológico. • Existencia de actividades turísticas en las áreas. • Existencia de algún complejo turístico. • Tratamiento ecológico. • Accesibilidad para el turista.
Zonas arqueológicas: cementerios, templos, edificaciones aisladas, pinturas rupestres, palacios, pirámides, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Cuántas existen en el municipio y de qué tipo. • Singularidad. • Grado de contaminación y deterioro. • Existe algún recorrido con guía de turistas por la zona y material informativo para el mismo. • Existe declaratoria del INAH. • Accesibilidad para el turista.
Sitios históricos: edificaciones, placas conmemorativas, monumentos, museos, documentos, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de sitios históricos en el municipio y tipo. • Grado de deterioro. • Existencia de declaratorias del INAH o INBA; • Accesibilidad para el turista. • Existencia de recorrido turístico por el sitio y material informativo para el mismo. • Singularidad.
Gastronomía	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de platillos típicos de la región. • Accesibilidad para el turista.
Manifestaciones culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo y cantidad de manifestaciones culturales que existen en el municipio. • Singularidad. • Tipo de apoyo que reciben por parte del Gobierno Estatal. • Artesanías elaboradas en el municipio.
Cercanía con destinos turísticos consolidados	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de caminos que lo une con el destino turístico consolidado. • Distancia entre el municipio y el destino turístico.

3.2.2.- Variable de servicios turísticos

Si bien la existencia de atractivos como los descritos en la variable anterior perfila la fortaleza de la vocación turística en cada municipio, resulta evidente que también es fundamental la presencia, dentro de la actividad económica de la localidad, de una variedad de servicios y equipamiento que permitan la atención a los visitantes de dichos atractivos. Para su valoración, de acuerdo a la ley, esta variable considera a las actividades que buscan satisfacer las necesidades del turista. Se prestan a través de hoteles, moteles, albergues, cabañas, hostales, agencias de viaje, operadores turísticos, restaurantes, cafeterías, bares, guías de turistas, entre otros. También contempla el análisis de la demanda de estos servicios en cada municipio.

Entre los diversos aspectos que se pueden considerar para la medición de esta variable encontramos los siguientes:

- a. Establecimientos y Servicios de alojamiento.
- b. Establecimientos y servicios de alimentación
- c. Establecimientos comerciales
- d. Servicio de información y guías de turistas
- e. Prestación de Servicios Turísticos.
- f. Servicios de transportación.
- g. Servicios de capacitación turística.
- h. Programa de Distintivo M.
- i. Programa de Distintivo H.

Para una integración adecuada de la información contenida en esta variable, se propone el siguiente esquema:

CUADERNO DE CARGOS PARA LA DETERMINACIÓN DE LA VOCACIÓN TURÍSTICA DE LOS MUNICIPIOS DE VERACRUZ

Variable de servicios:

CONCEPTO	VARIABLES DE ANÁLISIS
Establecimiento y servicio de alojamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Número de hoteles con los que cuenta el municipio. • Clasificación por estrella de los hoteles. • Estado en el que se encuentran los establecimientos. • Número de cuartos con los que cuenta el municipio. • Servicios con los que cuenta cada uno de estos establecimientos. • Número de personal con los que cuenta cada establecimiento. • Número de alojamientos alternativos con los que cuenta el municipio.
Establecimientos y servicios de alimentación	<ul style="list-style-type: none"> • Número de establecimientos de alimentos con los que cuenta el municipio. • Tipo de establecimientos de alimentos con los que cuenta el municipio. • Servicios con los que cuenta cada uno de estos establecimientos. • Condición en el que se encuentran los establecimientos de alimentación. • Establecimientos de alimentación que son utilizados por operadores turísticos. • Número de personal con el que cuenta cada establecimiento. • Existe algún parador gastronómico.
Establecimientos comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de cadenas comerciales. • Supermercados. • Tiendas de conveniencia. • Plazas comerciales. • Tiendas departamentales. • Pasajes comerciales. • Tianguis de Artesanías.
Servicio de transportación	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de líneas de transportes existentes (clase: Lujo, Primera, Segunda, etc.) • Tipo de acceso a los destinos.
Servicio de capacitación turística	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de estudio en el ramo de la empleomanía. • Capacitación de los cuadros de servicio. • Tipo de capacitación y profesionalización.
Prestación de Servicios Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de acogida de un evento. • Servicio de venta de recorridos turísticos. • Servicio de renta de automóviles, vans y autobuses. • Servicio de renta / venta de equipo recreativo y deportivo.
Servicios de Información y Guías de Turistas	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de módulos de información. • Existencia de mapas informativos y/o Trípticos de los atractivos del municipio de carácter privado y público. • Existencia de guías certificados.
Distintivo “H”	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de Distintivo para manejo higiénico de alimentos. • Cuántos. • Tiempo de Certificación.
Distintivo “M”	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de Distintivos.

3.2.3.- Variable de infraestructura

Para la evaluación de este aspecto se toma en cuenta la existencia, dentro de las localidades, de equipamiento urbano y establecimientos económicos, que aunque no están enfocados hacia la industria turística, sí permiten su óptimo desarrollo. En este sentido, la variable pondera la existencia de instalaciones como las siguientes:

- a. Vías de Comunicación
- b. Aeropuertos
- c. Gasolineras
- d. Hospitales
- e. Talleres Mecánicos
- f. Centros de Convenciones
- g. Terminales de Servicios para Viajeros
- h. Conectividad Aérea, Terrestre o Marítima,
- i. Servicios Financieros (Bancos, Cajeros Automáticos)
- j. Energía
- k. Agua Potable y Alcantarillado
- l. Salud e Higiene.

Para una integración adecuada de la información contenida en esta variable, se propone el siguiente esquema:

CUADERNO DE CARGOS PARA LA DETERMINACIÓN DE LA VOCACIÓN TURÍSTICA DE LOS MUNICIPIOS DE VERACRUZ

Variable de Infraestructura:

CONCEPTO	VARIABLES DE ANÁLISIS
Servicios públicos: electricidad, agua potable, alcantarillado, transporte público, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de usuarios con energía eléctrica. • Cercanía de plantas generadoras de energía. • Porcentaje de viviendas con agua potable y alcantarillado. • Existen plantas de tratamiento en el Municipio. • Porcentaje de aguas negras tratadas.
Vías de comunicación: carreteras federales, estatales, calles, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Qué tipo de vías de comunicación existen el Municipio (federales, estatales o caminos vecinales). • Estado de las vías de comunicación terrestres.
Centros de salud: hospitales, clínicas, farmacias, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de Hospitales y sus categorías. • Existencia de medicina tradicional.
Conectividad y Terminales de transportes: aéreas, terrestres y acuáticas	<ul style="list-style-type: none"> • Aérea y acuática. • Existencia y tipo de terminales y servicios con los que cuenta para los viajeros.
Centros recreativos familiares	<ul style="list-style-type: none"> • Balnearios. • Parques. • Museos.
Centros de diversión	<ul style="list-style-type: none"> • Teatro. • Centros nocturnos. • Establecimientos de apuesta. • Horario de cierre.
Seguridad Pública	<ul style="list-style-type: none"> • Existe cuerpo especial de turismo. • Ángeles Verdes. • Qué tipo de cuerpo policiaco opera en el municipio (Estatad o Municipal). • Existe un centro de la policía Federal. • Existe 066.
Gasolineras y talleres mecánicos	<ul style="list-style-type: none"> • Número de gasolineras. • Número de talleres mecánicos en el municipio.

3.2.4.- Variable de superestructura

Si bien las tres variables ya consideradas integran una perspectiva que comprende elementos importantes para la evaluación de las perspectivas de la industria turística en cada municipio, este análisis sería incompleto, si no toma en cuenta factores como la existencia en las localidades de organismos especializados, tanto públicos como privados, encargados de optimizar y modificar, cuando sea necesario, el sistema turístico de la plaza, así como de armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples servicios que componen la actividad turística. Para ello, este parámetro pretende encuadrar los siguientes aspectos:

- a. Existencia y operatividad de una dependencia del gobierno municipal encargada del fomento al Turismo
- b. Existencia del Consejo consultivo de Turismo en el municipio, así como participación e incidencia en los Consejos estatal y regional.
- c. Vínculos operativos y técnicos con SECTUR, CPTM y SECTURC, en materia de capacitación, proyectos de reasignación y promoción.
- d. Asociaciones del ramo y participación en el Comité Técnico de la OVC.
- e. Cámaras empresariales de comercio y servicios, así como de la industria restaurantera y otros giros relativos a la actividad.
- f. Organizaciones sindicales y/o asociaciones de prestadores de servicios turísticos.
- g. Esfuerzos publicitarios de empresarios y organizaciones del ramo para la difusión de los atractivos del destino.

Para una integración adecuada de la información contenida en esta variable, se propone el siguiente esquema:

CUADERNO DE CARGOS PARA LA DETERMINACIÓN DE LA VOCACIÓN TURÍSTICA DE LOS MUNICIPIOS DE VERACRUZ

Variable de superestructura:

CONCEPTO	VARIABLES DE ANÁLISIS
Dirección de Turismo Municipal y/o Consejos Municipales / Regionales de Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Existe la estructura específica para el desarrollo turístico. • Participa en la organización de convenciones, foros, expos, etc. • Existe Regidor del área. • Existe Consejo Municipal. • Existencia de módulos de información. • Están integrados al Consejo Regional. • Apoya los eventos turísticos.
Vínculos técnicos y operativos con SECTUR, SECTURC y CPTM	<ul style="list-style-type: none"> • Cuántos convenios existen. • Cursos de capacitación para la operación. • Han signado convenios con la Federación, SECTURC. • Apoyo para la realización de encuestas.
Asociación de hoteles y moteles / participación en el Comité Técnico de la Oficina de Visitantes y Convenciones	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de aportación de la OVC para la promoción en el Municipio.
Cámaras empresariales y de la industria restaurantera	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia y grado de participación en las políticas del Municipio.
Publicidad del destino	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de publicidad existente en el municipio. • Relación con el Consejo de Promoción Turística de México. • Relación con la Oficina de Visitantes y Convenciones del Estado.
Organizaciones sindicales y sociedades de prestadores de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia y grado de participación en las políticas del Municipio.

3.2.5.- Directrices adicionales

Además del llenado del cuaderno de cargos que se propone como sustento para la realización del estudio de las potencialidades turísticas de las localidades, resulta conveniente integrar información complementaria que optimice su utilidad como documento rector del desarrollo de la actividad al nivel municipal.

En este sentido, es necesario explicar que de acuerdo al artículo 40 de la ley, el diagnóstico requisito para alcanzar la calidad de municipio con vocación turística, deberá incluir el llamado Inventario Municipal de Proyectos, documento con una relación de obras de infraestructura pública como el mejoramiento de la imagen urbana o la construcción de caminos de acceso a atractivos naturales, dirigido a facilitar que la actividad turística cumpla más eficazmente su papel como agente detonador de las economías locales.

La información contenida en el cuaderno de cargos, permitiría la realización de un análisis bajo la metodología FODA de la mayor parte de los aspectos que inciden en la industria turística de los municipios que lo elaboraran, por lo que su incorporación al estudio, brindaría un mejor fundamento a los actores públicos para la toma de decisiones en torno al sector.

Sería conveniente también incluir en el estudio, el resumen de las conclusiones del levantamiento de un sondeo de opinión entre los visitantes del municipio, similar al estudio de perfil y grado de satisfacción de los visitantes que se realiza en el ámbito nacional por el Centro de Estudios Superiores en Turismo y que permitirá el conocimiento de aspectos específicos sobre quiénes y porqué escogen al destino para visitarlo.

La inclusión de un catálogo fotográfico digital que contenga los atractivos turísticos de cada municipio, levantado y organizado de acuerdo a especificaciones técnicas que permitan su posterior utilización como sustento de imagen para instrumentos promocionales, sería otro agregado pertinente al diagnóstico.

Por último y en pleno reconocimiento de que el óptimo desarrollo de las industrias turísticas locales, depende en gran parte de la coordinación de acciones entre todos los involucrados en su operación, se propone la inclusión de un documento que mediante el consenso entre los actores privados, públicos y sociales, relacionados al turismo, enumere acciones inmediatas para su mejora.

3.3.- Lineamientos para la evaluación de la información

Si el cuaderno de cargos antes descrito, constituye el primer elemento de la metodología para determinar la vocación turística de los municipios del estado, entonces un procedimiento que permita evaluar la información resultante de su formulación sería el segundo.

Cabe precisar que la ley confiere a la Secretaría de Turismo y Cultura la atribución de analizar y dictaminar las solicitudes recibidas y, con fundamento en el resultado de esta evaluación, emitir la denominación de “Municipio con Vocación Turística”, mediante acuerdo que será publicado en la Gaceta Oficial del Estado. Asimismo, el artículo 42 establece que para la realización de los estudios que determinarán el Índice de Vocación Turística, la Secretaría procederá a emitir los lineamientos técnicos para la cuantificación de cada variable de análisis e indicadores, así como los parámetros de evaluación.

De esta manera, la propuesta que aquí se plantea pretende constituirse en parte de esos lineamientos técnicos y procedimientos de evaluación y contribuir a la consolidación y crecimiento futuro de un sector fundamental de la economía del Estado.

Resulta evidente que todo proceso que conlleve la medición de algunas de las facetas descritas en el cuaderno de cargos implica la utilización de criterios subjetivos acerca de aspectos como la belleza de un determinado atractivo; en su parte de evaluación la metodología también propone ponderaciones objetivas que cumplen con el objetivo de fundamentar las tareas de analizar y dictaminar la vocación turística de los municipios que la ley le atribuye a la Secretaría de Turismo y Cultura.

Antes de presentar los criterios objetivos que sustentan la propuesta en su parte evaluatoria, realizo algunas consideraciones de carácter estratégico sobre los resultados de dicha evaluación.

Si bien es claro que en los 212 municipios del estado existen bellezas naturales y sitios o eventos culturales que resultan en atractivos para el turista, la carencia de las demás variables que soportan la actividad turística en muchos de ellos, nos permiten estimar que, en el corto plazo, sólo alrededor de 80 podrán alcanzar la calidad de municipio con vocación turística.

Otro aspecto a considerar lo será la calidad y los alcances del diagnóstico realizado. Si, como se recomendó, la elaboración del documento fue encargada a una consultora o aun si fuera redactado por miembros del gobierno municipal, el cumplimiento prolijo de las directrices planteadas en esta propuesta, significaría una inversión en recursos y capital político del ayuntamiento solicitante que merece ser apoyada, porque demuestra el interés de los actores locales de la industria turística y de las autoridades en su crecimiento.

Entonces, la metodología propuesta posibilitará analizar factores más allá de consideraciones estrictamente técnicas que se limitarían a la revisión somera de los datos para emitir un dictamen.

El método de valoración que aquí se propone, permite al evaluador determinar calificaciones para los aspectos cuantitativos y cualitativos requeridos en el cuaderno de cargos, mediante la utilización de valores numéricos. Establece también un

método para la ponderación diferenciada de cada variable y para la determinación de su valoración general.

Para las cuatro variables se formuló un cuestionario específico compuesto por reactivos que permiten la descripción de las características que las integran, así como su valoración a partir de una escala de calificación del cero al diez. En el cuaderno de cargos, cada uno de los reactivos fue agrupado por conceptos, lo que permite su evaluación específica. El promedio de valor de cada concepto se suma para determinar un subtotal por variable. Para efectos del procedimiento de evaluación propuesto la máxima calificación posible de cada variable es de 100 puntos.

Si bien la ley no estableció un orden de importancia para las cuatro variables que determinan la vocación turística municipal, para los fines de la metodología propuesta resultó evidente la necesidad de establecer un coeficiente diferenciado para la ponderación de cada variable, al considerarse que, en el análisis de las perspectivas de la industria turística, la existencia de atractivos que fundamenten la decisión del viaje debe valorarse por encima de la presencia de instancias de atención para el turista o de una adecuada infraestructura de servicios públicos, factores ambos que se consideraron más importantes que los componentes de la variable de superestructura.

De acuerdo a esa ponderación diferenciada, los coeficientes asignados para cada variable considerada en la ley resultaron de la siguiente manera:

1. Variable de Atracción:	.35
2. Variable de Servicios:	.25
3. Variable de Infraestructura:	.25
4. Variable de Superestructura:	<u>.15</u>
	1.00

Además, dado que los cuestionarios diseñados para cada variable tienen una cantidad diferente de reactivos lo que altera su resultado numérico y, por lo tanto, el resultado general de la evaluación; se estableció un procedimiento que corrige esa desviación mediante la utilización de la regla de tres, al multiplicar el promedio resultante para cada concepto por diez y dividirlo por el número total de reactivos calificados.

De esta manera, la calificación de cada variable se obtiene multiplicando el resultado de la operación anterior por el coeficiente que les fue asignado en esta metodología. La suma del total de las variables arroja un resultado numérico que fundamentará objetivamente el dictamen de la Secretaría de Turismo y Cultura sobre la vocación turística del municipio analizado.

Si bien es responsabilidad de esta dependencia, la determinación de cuál será la calificación que permita obtener la calidad de municipio con vocación turística, se propone establecer el resultado obtenido por el puerto de Veracruz, sin duda el municipio, junto con Boca del Río, de mayor vocación turística en el estado, como el

baremo para establecer la referencia numérica que decretará el sentido de los dictámenes para estas gestiones de los demás municipios.

A continuación y para ejemplificar el funcionamiento de la metodología propuesta, se muestran dos ejercicios de evaluación para los municipios de Veracruz y Tlapacoyan. Es preciso señalar que ambas evaluaciones se presentan de manera esquemática, por lo que no incluyen elementos descriptivos de las características y operatividad de las cuatro variables analizadas ni la información complementaria recomendada para complementar un diagnóstico de la actividad turística al nivel municipal.

3.3.1.- Estudio de caso 1: El puerto de Veracruz

La concurrencia de características fundamentales para el desarrollo del turismo, mismas que abarcan un amplio espectro de las cuatro variables establecidas para determinar la vocación turística municipal se da en el puerto de Veracruz como en ninguna otra ciudad del Estado.

En el puerto existen atractivos como playas, sitios de buceo; una profunda vida cultural que se manifiesta en historia, tradiciones, gastronomía y festividades; actividades económicas sólidas y en crecimiento; cercanía a otros destinos turísticos como Boca del Río, que lo convierten en destino para segmentos turísticos como sol y playa, cultural, de negocios y aventura.

El sector de servicios turísticos del puerto es el más importante del estado. Existe oferta de hospedaje y alimentación para todos los estratos económicos y una variedad de diversiones familiares y nocturnas. Veracruz cuenta con un robusto sector comercial y financiero que incluye facilidades para los visitantes como casas de cambio y agencias de viaje. Los empresarios locales del sector participan en los programas de capacitación y mejoramiento en la calidad de los servicios implementados por las dependencias.

La ciudad tiene una adecuada infraestructura de servicios públicos, abasto de energía eléctrica, agua potable y saneamiento. Como destino tiene conectividad aérea, terrestre y marítima y cuenta con vías de comunicación de primera clase hacia la capital y el sur del país. También cuenta con servicios de para la atención de emergencias médicas, mecánicas y de seguridad pública.

Por lo que se refiere a la variable de superestructura, se puede mencionar que en general en el puerto se da una gran atención al desarrollo de la actividad turística en los ámbitos público, privado y social. El Ayuntamiento tiene una comisión edilicia y un área administrativa para el fomento del sector. Existen convenios con las instancias federales y estatales para la promoción del destino. Organizaciones de prestadores de servicios y empresarios del sector tienen incidencia en el desarrollo de la actividad.

De acuerdo al cuaderno de cargos y al método de evaluación que integran la metodología que se propone, la valoración cuantitativa de la vocación turística del municipio de Veracruz resultaría de la siguiente manera:

VERACRUZ
Variable de Atracción Turística:

CONCEPTO	REACTIVO	Escala de Calificación del 1 al 10	PROMEDIO
CUERPO DE AGUA	EXISTENCIA Y TIPO	10	9.1
	GRADO DE CONTAMINACIÓN	7	
	ACCESIBILIDAD PARA EL TURISTA	10	
	EXISTENCIA DE ACTIVIDADES RECREATIVAS	10	
	SERVICIOS EXISTENTES	8	
	TOUR OPERADORES QUE MANEJAN EL ATRACTIVO	10	
ÁREAS NATURALES	EXISTENCIA Y TIPO	10	9.6
	EXISTENCIA DE DECLARATORIAS DE ANP'S	10	
	SINGULARIDAD	10	
	GRADO DE DETERIORO	8	
	ACTIVIDADES RECREATIVAS EXISTENTES	9	
	DESARROLLOS TURÍSTICOS EN LA ZONA	10	
	TRATAMIENTO ECOLÓGICO	10	
	ACCESIBILIDAD PARA EL TURISTA	10	
ZONAS ARQUEOLÓGICAS	EXISTENCIA Y TIPO	0	0
	SINGULARIDAD	0	
	GRADO DE DETERIORO Y/O CONTAMINACIÓN	0	
	RECORRIDOS TURÍSTICOS POR LA ZONA	0	
	ACCESIBILIDAD PARA EL TURISTA	0	
	DECLARATORIA DEL INAH	0	

CONCEPTO	REACTIVO	Escala de Calificación del 1 al 10	PROMEDIO
SITIOS HISTÓRICOS	EXISTENCIA Y TIPO	10	10
	GRADO DE DETERIORO	10	
	DECLARATORIA INBA O INAH	10	
	ACCESIBILIDAD PARA EL TURISTA	10	
	RECORRIDOS TURÍSTICOS EN EL SITIO	10	
	SINGULARIDAD	10	
GASTRONOMÍA	EXISTENCIA DE PLATILLOS TÍPICOS	10	10
	ACCESIBILIDAD PARA EL TURISTA	10	
MANIFESTACIONES CULTURALES	EXISTENCIA Y TIPO DE MANIFESTACIONES	10	10
	SINGULARIDAD	10	
	APOYO POR PARTE DEL GOBIERNO ESTATAL	10	
	ARTESANÍAS ELABORADAS EN EL MUNICIPIO	10	
CERCANÍA CON DESTINOS TURÍSTICOS	TIPO DE CAMINOS QUE LO UNEN	10	10
	DISITANCIA ENTRE EL MUNICIPIO Y EL DESTINO	10	

(Suma de las calificaciones de los reactivos) Subtotal: **58.7**

(Regla de 3 del subtotal por 10 entre el número de reactivos calificados) Total : **83.8**

(La calificación del reactivo por el factor de .35) Total de la Variable : **29.3**

Variable de servicios y equipamiento:

CONCEPTO	REACTIVO	Escala de Calificación del 1 al 10	PROMEDIO
ESTABLECIMIENTOS Y SERVICIOS DE HOSPEDAJE	NÚMERO DE HOTELES EN EL MUNICIPIO	10	9.7
	CLASE DE HOTELES POR ESTRELLA	10	
	ESTADO EN EL QUE SE ENCUENTRAN	9	
	NÚMERO DE CUARTOS EXISTENTES	10	
	SERVICIOS EXISTENTES	10	
	NÚMERO DE PERSONAL EN CADA ESTABLECIMIENTO	9	
ESTABLECIMIENTOS Y SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS	10	9.8
	TIPO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS	10	
	SERVICIOS EXISTENTES	10	
	CONDICIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS	9	
	ESTABLECIMIENTOS UTILIZADOS POR OPERACIÓN	10	
	NÚMERO DE PERSONAL EN LOS ESTABLECIMIENTOS	10	
ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES	EXISTENCIA DE PARADOR GASTRONÓMICO	10	10
	TIPO DE CADENAS COMERCIALES EXISTENTES	10	
	SUPERMERCADOS	10	
	TIENDAS DE CONVENIENCIA	10	
	PLAZAS COMERCIALES	10	
	TIENDAS DEPARTAMENTALES	10	
	PASAJES COMERCIALES	10	
TIANGUIS DE ARTESANÍAS	10		

CONCEPTO	REACTIVO	Escala de Calificación del 1 al 10	PROMEDIO
SERVICIOS DE TRANSPORTACIÓN	TIPO DE LÍNEAS DE TRANSPORTES EXISTENTES	10	10
	TIPO DE ACCESO A LOS DESTINOS	10	
SERV. CAPACITACIÓN TURÍSTICA	GRADO DE ESTUDIO EN EL RAMO DE LA EMPLEOMANÍA	9	9.6
	CAPACITACIÓN DE LOS CUADROS DE SERVICIOS	10	
	TIPO DE CAPACITACIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN	10	
PRESTACIÓN DE SERVICIOS	ACOGIDA DE UN EVENTO	10	10
	VENTA DE RECORRIDOS TURÍSTICOS	10	
	RENTA DE AUTOMÓVILES	10	
	VENTA/ RENTA DE EQUIPO RECREATIVO	10	
SERV. INFORMACIÓN Y GUÍA DE TURISTAS	EXISTENCIA DE MÓDULOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	7	8.5
	EXISTENCIA DE MATERIAL TURÍSTICO INFORMATIVO	10	
	EXISTENCIA DE GUÍAS DE TURISTAS	10	
DISTINTIVO H	EXISTENCIA DE DISTINTIVOS	9	9
	CANTIDAD	9	
	TIEMPO DE CERTIFICACIÓN	9	
DISTINTIVO M	EXISTENCIA DE DISTINTIVOS	10	10

(Suma de las calificaciones de los reactivos) Subtotal: **86.6**

(Regla de 3 del subtotal por 10 entre el número de reactivos calificados) Total: **96.22**

(La calificación del reactivo por el factor de .25) Total de la Variable: **24.05**

Variable de Infraestructura:

CONCEPTO	REACTIVO	Escala de Calificación del 1 al 10	PROMEDIO
SERVICIOS PÚBLICOS	PORCENTAJE DE USUARIOS CON ENERGÍA ELÉCTRICA	10	10
	CERCANÍA CON PLANTAS GENERADORAS DE ENERGÍA	10	
	PORCENTAJE DE VIVIENDAS CON AGUA POTABLE	10	
	EXISTENCIA DE PLANTAS DE TRATAMIENTO	10	
	PORCENTAJE DE AGUAS NEGRAS TRATADAS	10	
VÍAS DE COMUNICACIÓN	TIPO DE VÍAS EN EL MUNICIPIO	10	10
	ESTADO DE LAS VÍAS DE COMUNICACIÓN	10	
CENTROS DE SALUD	TIPO DE HOSPITALES Y CATEGORÍA	10	10
	EXISTENCIA DE MEDICINA TRADICIONAL	10	
CONECTIVIDAD Y TERMINALES DE TRANSP.	ÁREA YACUÁTICA	10	10
	EXISTENCIA Y TIPO DE TERMINALES EN EL MUNICIPIO	10	

CONCEPTO	REACTIVO	Escala de Calificación del 1 al 10	PROMEDIO
CENTROS RECREATIVOS FAMILIARES	BALNEARIOS	10	10
	PARQUES	10	
	MUSEOS	10	
CENTROS DE DIVERSIÓN	CENTROS NOCTURNOS	10	10
	ESTABLECIMIENTOS DE APUESTA	10	
	HORARIO DE CIERRE CENTROS NOCTURNOS	10	
	TEATRO	10	
SEGURIDAD PÚBLICA	DISPONIBILIDAD DE CUERPOS ESPECIALES DE TURISMO	10	10
	ÁNGELES VERDES	10	
	CUERPO POLICIALES QUE OPERA EN EL MUNICIPIO	10	
	DISPONIBILIDAD DE POLICÍAS FEDERALES	10	
	EXISTENCIA DE SUBCENTROS DE CONTROL, COMANDO Y COMPUTO (066)	10	
GASOLINERAS Y TALLERES MECÁNICOS	NÚMERO DE GASOLINERAS	10	10
	NÚMERO DE TALLERES MECÁNICOS	10	

(Suma de las calificaciones de los reactivos) Subtotal: **80**

(Regla de 3 del subtotal por 10 entre el número de reactivos calificados) Total : **100**

(La calificación del reactivo por el factor de .25) Total de la Variable: **25**

Variable de superestructura:

CONCEPTO	REACTIVO	Escala de Calificación del 1 al 10	PROMEDIO
DIRECCIÓN DE TURISMO MUNICIPAL / CONSEJOS DE TURISMO	EXISTENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA PÚBLICA PARA EL TURISMO	10	10
	PARTICIPACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN DE CONVENCIONES, EXPOS, FOROS, ETC	10	
	EXISTENCIA DEL REGIDOR DEL ÁREA	10	
	EXISTENCIA DEL CONSEJO MUNICIPAL	10	
	EXISTENCIA DE MÓDULOS DE INFORMACIÓN	10	
	INTEGRADOS AL CONSEJO REGIONAL DE TURISMO	10	
	APOYO A EVENTOS TURÍSTICOS	10	
VÍNCULOS TÉCNICOS Y OPERATIVOS CON SECTUR, CPTM Y SECTURC	APOYO PARA LA REALIZACIÓN DE ENCUESTAS	10	10
	CURSOS DE CAPACITACIÓN PARA LA OPERACIÓN	10	
	CONVENIOS SIGNADOS CON LA FEDERACIÓN (SECTUR)	10	
	CONVENIOS TRIPARTITAS SIGNADOS	10	
ASOC. DE HOTELES/ CÁMARAS	PORCENTAJE DE APORTACIÓN AL 2% DE HOSPEDAJE	10	10
	EXISTENCIA DE ORGANIZACIONES SINDICALES Y EMPRESARIALES	10	
	EXISTENCIA DE ASOCIACIÓN DE HOTELES EN LA ZONA	10	

CONCEPTO	REACTIVO	Escala de Calificación del 1 al 10	PROMEDIO
CÁMARAS EMPRESARIALES	EXISTENCIA DE CÁMARAS EMPRESARIALES	10	10
PUBLICIDAD DEL DESTINO	TIPO DE PUBLICIDAD EN EL MUNICIPIO	10	10
	RELACIÓN CON EL CPTM	10	
	RELACIÓN CON LA OVC	10	
ORGANIZACIONES SOCIALES DE PRESTADORES DE SERVICIOS.	EXISTENCIA EN EL MUNICIPIO	10	10
	GRADO DE INCIDENCIA EN LAS POLÍTICAS DEL MUNICIPIO	10	

(Suma de las calificaciones de los reactivos) Subtotal: **60**

(Regla de 3 del subtotal por 10 entre el número de reactivos calificados) Total: **100**

(La calificación del reactivo por el factor de .15) Total del parámetro: **15**

Puerto de Veracruz

CONCEPTO	VALOR MÁXIMO DE VARIABLE	CALIFICACIÓN OBTENIDA POR VARIABLE
Atracción turística	35	29.33
Servicios y equipamiento	25	24.05
Infraestructura pública	25	25
Superestructura	15	15
TOTAL	100	93.38

TIENE VOCACIÓN TURÍSTICA

3.3.2.- Estudio de caso 2: Tlapacoyan

Para la realización de un segundo ejercicio de evaluación que permitiera comparar los resultados obtenidos, se analizaron las variables que determinan la vocación turística en el municipio de Tlapacoyan, cuyos niveles de desarrollo difieren notablemente en todos los aspectos de los presentados por el puerto de Veracruz.

Tlapacoyan es un destino turístico emergente en los segmentos de naturaleza y arqueológico y tiene cercanía con destinos de sol y playa como Costa Esmeralda. En el municipio existen zonas arqueológicas como El Cuajilote o Vega de la Peña y sitios naturales como la cascada del Encanto, el salto de La Tomata, los balnearios de Agua Lisa y el río Filobobos, cuya corriente permite la práctica de descenso en balsa y kayak. También presenta una diversidad de manifestaciones gastronómicas.

De acuerdo a los datos del INEGI (Anuario Estadístico de Veracruz de Ignacio de la Llave del 2010), durante el 2009 el municipio de Tlapacoyan, tenía una oferta turística de 13 establecimientos de hospedaje: 7 hoteles, 1 casa de huéspedes, 5 cabañas, lo que hacía un total de 210 cuartos de hospedaje, así como 34 restaurantes, 4 cafeterías, 1 discoteca; y 1 balneario.

El municipio muestra deficiencias en sus vías de comunicación y conectividad, ya que sólo existe una terminal de camiones y dos carreteras de bajas especificaciones. Cuenta con tres centros de salud y una sucursal bancaria. Se registran 5 agencias de viaje. La mayor parte de los servicios públicos sólo existen en la cabecera municipal lo que provoca que las áreas rurales del municipio presenten atrasos en materia de abasto y saneamiento de agua potable o pavimentación.

Aunque el ayuntamiento cuenta con una dirección de Turismo, no existen asociaciones de empresarios o prestadores de servicios, ni se realizan esfuerzos de promoción publicitaria del destino. Durante el 2009, el Gobierno del Estado ofreció 4 cursos en materia turística en el municipio, sobre “Cultura Turística para personal de contacto”, “Manejo de visitantes en aéreas naturales protegidas”, para “Meseros” y sobre la “Calidad en el servicio”, beneficiando a 147 prestadores de servicios turísticos.

De acuerdo al cuaderno de cargos y al método de evaluación que integran la metodología que se propone, la valoración cuantitativa de la vocación turística del municipio de Tlapacoyan resultaría de la siguiente manera:

Tlapacoyan
Variable de Atracción

CONCEPTO	REACTIVO	Escala de calificación del 1 al 10	PROMEDIO
CUERPO DE AGUA	EXISTENCIA Y TIPO	8	8.3
	GRADO DE CONTAMINACIÓN	8	
	ACCESIBILIDAD PARA EL TURISTA	8	
	EXISTENCIA DE ACTIVIDADES RECREATIVAS	10	
	SERVICIOS CON LOS QUE CUENTA	6	
	TOUR OPERADORES QUE MANEJAN EL ATRACTIVO	10	
ÁREAS NATURALES	EXISTENCIA Y TIPO	10	8.3
	EXISTENCIA DE DECLARATORIAS DE ANP'S	10	
	SINGULARIDAD	7	
	GRADO DE DETERIORO	8	
	ACTIVIDADES RECREATIVAS EXISTENTES	10	
	DESARROLLOS TURÍSTICOS EN LA ZONA	10	
	TRATAMIENTO ECOLÓGICO	5	
	ACCESIBILIDAD PARA EL TURISTA	7	
ZONAS ARQUEOLÓGICAS	EXISTENCIA Y TIPO	10	8.6
	SINGULARIDAD	10	
	GRADO DE DETERIORO Y/O CONTAMINACIÓN	8	
	RECORRIDOS TURÍSTICOS POR LA ZONA	10	
	ACCESIBILIDAD PARA EL TURISTA	10	
	DECLARATORIA DEL INAH	4	

CONCEPTO	REACTIVO	Escala de calificación del 1 al 10	PROMEDIO
SITIOS HISTÓRICOS	EXISTENCIA Y TIPO	6	7.3
	GRADO DE DETERIORO	10	
	DECLARATORIA INBA O INAH	10	
	ACCESIBILIDAD PARA EL TURISTA	8	
	RECORRIDOS TURÍSTICOS EN EL SITIO	0	
	SINGULARIDAD	10	
GASTRONOMÍA	EXISTENCIA DE PLATILLOS TÍPICOS	7	7.0
	ACCESIBILIDAD PARA EL TURISTA	7	
MANIFESTACIONES CULTURALES	EXISTENCIA Y TIPO DE MANIFESTACIONES	6	4.5
	SINGULARIDAD	6	
	APOYO POR PARTE DEL GOBIERNO ESTATAL	6	
	ARTESANÍAS ELABORADAS EN EL MUNICIPIO	0	
CERCANÍA CON DESTINOS TURÍSTICOS	TIPO DE CAMINOS QUE LO UNEN	6	6.5
	DISTANCIA ENTRE EL MUNICIPIO Y EL DESTINO	7	

(Suma de las calificaciones de los reactivos) Subtotal: **50.5**

(Regla de 3 del subtotal por 10 entre el número de reactivos calificados) Total: **72.1**

(La calificación del reactivo por el factor de .35) Total de la variable: **25.25**

Variable de servicios:

CONCEPTO	REACTIVO	Escala de calificación del 1 al 10	PROMEDIO
ESTABLECIMIENTOS Y SERVICIOS DE HOSPEDAJE	NÚMERO DE HOTELES EN EL MUNICIPIO	10	8.0
	CLASE DE HOTELES POR ESTRELLA	6	
	ESTADO EN EL QUE SE ENCUENTRAN	8	
	NÚMERO DE CUARTOS EXISTENTES	10	
	SERVICIOS EXISTENTES	6	
	NÚMERO DE PERSONAL EN CADA ESTABLECIMIENTO	6	
ESTABLECIMIENTOS Y SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN	NÚMERO DE ALOJAMIENTOS ALTERNATIVOS	10	7.8
	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS	10	
	TIPO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS	7	
	SERVICIOS EXISTENTES	10	
	CONDICIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS	7	
	ESTABLECIMIENTOS UTILIZADOS POR OPERACIÓN	7	
	NÚMERO DE PERSONAL EN LOS ESTABLECIMIENTOS	6	
ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES	EXISTENCIA DE PARADOR GASTRONÓMICO	0	2.8
	TIPO DE CADENAS COMERCIALES EXISTENTES	0	
	SUPERMERCADOS	8	
	TIENDAS DE CONVENIENCIA	6	
	PLAZAS COMERCIALES	0	
	TIENDAS DEPARTAMENTALES	0	
	PASAJES COMERCIALES	0	
TIANGUIS DE ARTESANIAS	0		

CONCEPTO	REACTIVO	Escala de calificación del 1 al 10	PROMEDIO
SERVICIOS DE TRANSPORTACIÓN	TIPO DE LÍNEAS DE TRANSPORTES EXISTENTES	8	7.0
	TIPO DE ACCESO A LOS DESTINOS	6	
SERV. CAPACITACIÓN TURÍSTICA	GRADO DE ESTUDIO EN EL RAMO DE LA EMPLEOMANÍA	8	9.0
	CAPACITACIÓN DE LOS CUADROS DE SERVICIOS	9	
	TIPO DE CAPACITACIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN	10	
PRESTACIÓN DE SERVICIOS	ACOGIDA DE UN EVENTO	0	5.0
	VENTA DE RECORRIDOS TURÍSTICOS	10	
	RENTA DE AUTOMÓVILES	0	
	VENTA/ RENTA DE EQUIPO RECREATIVO	10	
SERV. INFORMACIÓN Y GUÍA DE TURISTAS	EXISTENCIA DE MÓDULOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	0	6.0
	EXISTENCIA DE MATERIAL TURÍSTICO INFORMATIVO	10	
	EXISTENCIA DE GUÍAS DE TURISTAS	8	
DISTINTIVO H	EXISTENCIA DE DISTINTIVOS	0	0
	CANTIDAD	0	
	TIEMPO DE CERTIFICACIÓN	0	
DISTINTIVO M	EXISTENCIA DE DISTINTIVOS	8	8.0

(Suma de las calificaciones de los reactivos) Subtotal: **53.6**

(Regla de 3 del subtotal por 10 entre el número de reactivos calificados) Total: **59.55**

(La calificación del reactivo por el factor de .25) Total de la variable: **14.88**

Variable de Infraestructura:

CONCEPTO	REACTIVO	Escala de calificación del 1 al 10	PROMEDIO
SERVICIOS PÚBLICOS	PORCENTAJE DE USUARIOS CON ENERGÍA ELÉCTRICA	10	5.8
	CERCANÍA CON PLANTAS GENERADORAS DE ENERGÍA	10	
	PORCENTAJE DE VIVIENDAS CON AGUA POTABLE	9	
	EXISTENCIA DE PLANTAS DE TRATAMIENTO	0	
	PORCENTAJE DE AGUAS NEGRAS TRATADAS	0	
VÍAS DE COMUNICACIÓN	TIPO DE VÍAS EN EL MUNICIPIO	7	6.0
	ESTADO DE LAS VÍAS DE COMUNICACIÓN	5	
CENTROS DE SALUD	TIPO DE HOSPITALES Y CATEGORÍA	7	7.5
	EXISTENCIA DE MEDICINA TRADICIONAL	8	
CONECTIVIDAD Y TERMINALES DE TRANSP.	ÁREA YACUÁTICA	0	3.5
	EXISTENCIA Y TIPO DE TERMINALES EN EL MUNICIPIO	7	

CONCEPTO	REACTIVO	Escala de calificación del 1 al 10	PROMEDIO
CENTROS RECREATIVOS FAMILIARES	BALNEARIOS	7	5.6
	PARQUES	10	
	MUSEOS	0	
CENTROS DE DIVERSIÓN	CENTROS NOCTURNOS	0	0
	ESTABLECIMIENTOS DE APUESTA	0	
	HORARIO DE CIERRE CENTROS NOCTURNOS	0	
	TEATRO	0	
SEGURIDAD PÚBLICA	DISPONIBILIDAD DE CUERPOS ESPECIALES DE TURISMO	0	3.2
	ÁNGELES VERDES	6	
	CUERPO POLICIALES QUE OPERA EN EL MUNICIPIO	10	
	DISPONIBILIDAD POLICÍAS FEDERALES	0	
	EXISTENCIA DE SUBCENTROS DE CONTROL, COMANDO Y COMPUTO (066)	0	
GASOLINERAS Y TALLERES MECÁNICOS	NÚMERO DE GASOLINERAS	10	9
	NÚMERO DE TALLERES MECÁNICOS	0	

(Suma de las calificaciones de los reactivos) Subtotal: **40.6**

(Regla de 3 del subtotal por 10 entre el número de reactivos calificados) Total : **50.75**

(La calificación del reactivo por el factor de .25) Total del parámetro: **12.68**

Variable de superestructura:

CONCEPTO	REACTIVO	Escala de calificación del 1 al 10	PROMEDIO
DIRECCIÓN DE TURISMO MUNICIPAL / CONSEJOS DE TURISMO	EXISTENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA PÚBLICA PARA EL TURISMO	10	5.0
	PARTICIPACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN DE CONVENCIONES, EXPOS, FOROS, ETC	0	
	EXISTENCIA DEL REGIDOR DEL ÁREA	1	
	EXISTENCIA DEL CONSEJO MUNICIPAL	8	
	EXISTENCIA DE MÓDULOS DE INFORMACIÓN	0	
	INTEGRADOS AL CONSEJO REGIONAL DE TURISMO	0	
	APOYO A EVENTOS TURÍSTICOS	10	
VÍNCULOS TÉCNICOS Y OPERATIVOS CON SECTUR, CPTM Y SECTURC	APOYO PARA LA REALIZACIÓN DE ENCUESTAS	0	2.5
	CURSOS DE CAPACITACIÓN PARA LA OPERACIÓN	10	
	CONVENIOS SIGNADOS CON LA FEDERACIÓN (SECTUR)	0	
	CONVENIOS TRIPARTITAS PUESTOS EN MARCHA	0	
ASOC. DE HOTELES/ CÁMARAS	PORCENTAJE DE APORTACIÓN AL 2% DE HOSPEDAJE	10	10
	EXISTENCIA DE ORGANIZACIONES SINDICALES Y EMPRESARIALES	0	
	EXISTENCIA DE ASOCIACIÓN DE HOTELES EN LA ZONA	0	

CONCEPTO	REACTIVO	Escala de calificación del 1 al 10	PROMEDIO
CÁMARAS EMPRESARIALES	EXISTENCIA DE CÁMARAS EMPRESARIALES	10	10
PUBLICIDAD DEL DESTINO	TIPO DE PUBLICIDAD EN EL MUNICIPIO	9	3
	RELACIÓN CON EL CPTM	0	
	RELACIÓN CON LA OVC	0	
ORGANIZACIONES SOCIALES DE PRESTADORES DE SERV. TCOS.	EXISTENCIA EN EL MUNICIPIO	0	0
	GRADO DE INCIDENCIA EN LAS POLÍTICAS DEL MUNICIPIO	0	

(Suma de las calificaciones de los reactivos) Subtotal: 30.5

(Regla de 3 del subtotal por 10 entre el número de reactivos calificados) Total: 50.83

(La calificación del reactivo por el factor de .15) Total del parámetro: 7.62

Tlapacoyan

CONCEPTO	VALOR MÁXIMO DE VARIABLE	CALIFICACIÓN OBTENIDA POR VARIABLE
Atracción	35	25.25
Servicios	25	14.88
Infraestructura	25	12.68
Superestructura	15	7.62
TOTAL	100	60.25

TIENE VOCACIÓN TURÍSTICA

Es preciso mencionar que en ambos casos, los valores numéricos fueron determinados con base al conocimiento personal de las actividades turísticas de ambos municipios, la información encontrada en diversas fuentes y entrevistas con estudiosos del tema.

3.3.3.- La calidad de municipio con vocación turística; beneficios y responsabilidades

Antes de la promulgación de la Ley de Turismo vigente, la asignación de recursos para el desarrollo de la industria turística a los municipios se realizaba de manera anárquica y poco transparente. En este sentido, una de las principales aportaciones del ordenamiento radica en establecer con claridad, una serie de instrumentos y programas de apoyo al sector accesibles a los municipios que cumplan los lineamientos para la obtención de la calidad de municipio con vocación turística.

Así, en su artículo 56 la ley señala que los ayuntamientos de los municipios con vocación turística podrán participar en la implementación del programa de Ordenamiento turístico; integrar a los operadores de servicios turísticos al programa “Moderniza” (Distintivo M); integrar a la industria restaurantera al programa “Manejo Higiénico de los Alimentos” (Distintivo H); ser parte del programa “Turismo para Todos”, para que el destino sea comercializado por operadores turísticos nacionales; recibir cursos de capacitación en “Cultura Turística” para personal de primer contacto; inscribir proyectos para los “Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos”; solicitar su inscripción al programa “Joyas de Veracruz” y acceder a la difusión en medios de comunicación, publicidad y eventos promocionales en los que participe el Gobierno del Estado.

La ley define también las responsabilidades de los municipios con vocación turística en su artículo 57: Formar Comités de Distintivo “Veracruz Sustentable” para la preservación del medio ambiente y el manejo de los recursos del municipio; implementar en el municipio el estudio de perfil y grado de satisfacción de sus visitantes; elaborar su inventario turístico, con base en los parámetros del Índice de Vocación Turística y enviarlo a la Secretaría para su análisis y calificación; y destinar recursos presupuestales para el fomento de la actividad y desarrollo de infraestructura turística, participar en el financiamiento del Programa de Ordenamiento Turístico de su territorio, así como establecer un Consejo Consultivo turístico al nivel municipal.

3.3.4.- La hipótesis negativa: consideraciones y alternativas

En el contexto actual, resulta de gran importancia promover instrumentos que aumenten la eficacia en la gestión y ejercicio de los recursos públicos. Para ello, mediante el establecimiento de este sistema de medición de la vocación turística municipal, se alcanzaron tres objetivos: mejorar los procesos de planeación del sector, optimizar los recursos destinados a fomentar el desarrollo del turismo e impulsar y promover el potencial turístico en los municipios del Estado.

De esta manera, aunque es claro que la metodología propuesta permite realizar consideraciones políticas en la valoración de los diagnósticos presentados por los municipios, también existe la posibilidad de obtener un dictamen negativo.

Para estos casos, el ordenamiento dispone que los municipios que no aprueben la evaluación de la Secretaría, podrán solicitar a ésta un informe de las razones que justificaron esta decisión y pedir su incorporación un año después. Dicho informe y las conclusiones sobre las amenazas y debilidades de la industria turística local que arroje el estudio, permitirán a autoridades y demás involucrados en el sector definir acciones para superarlas.

3.4.- La importancia de la realización de diagnósticos de la actividad turística al nivel municipal

Estudios sobre el tema (Guía para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de un territorio; Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2008), señalan que la evaluación del potencial turístico de un territorio conlleva tres fases fundamentales: a) el análisis de la situación turística existente, fase en la que se examinan los recursos, la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado; b) el diagnóstico, que, comparando los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos; c) si existe el potencial, definir la estrategia a seguir para el desarrollo turístico en el territorio.

De acuerdo a esto, al revisar los alcances del cuaderno de cargos que integra la primera parte de la metodología propuesta, es evidente que sus requerimientos, al tiempo de cumplir los lineamientos establecidos por la Ley de Turismo para definir la calidad de municipio con vocación turística, también cubren gran parte de los aspectos que es necesario revisar cuando se pretende integrar un análisis coherente de las perspectivas de crecimiento de una actividad económica.

Más allá del procedimiento de evaluación descrito, cuyo diseño responde a la necesidad de sustentar con elementos de objetividad a una decisión que se tomará por razones de conveniencia política, la principal aportación de la propuesta, reside en delinear una metodología que considera las particularidades del sector turístico estatal, lo que permitirá definir desde una óptica local, las perspectivas de la industria al nivel municipal.

Para un estado como Veracruz, cuya enorme diversidad regional se tradujo en la existencia de 212 ayuntamientos, contar con evaluaciones de la industria turística de buena parte de esos municipios, representará un enorme avance que nos permitirá determinar de mejor manera un futuro sustentable para un sector económico que contribuye a mejorar el nivel de vida de los veracruzanos.

Conclusiones

En esta parte del documento se expone un resumen conclusivo de la información vertida en los capítulos previos, así como de la Metodología propuesta.

- Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que hacen los viajeros o turistas durante sus travesías y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.
- A partir de su generalización como actividad humana, que los estudiosos señalan posterior a la segunda guerra mundial, el turismo ha incrementado paulatinamente su importancia como factor de desarrollo de economías nacionales, derivado de la revolución en las comunicaciones y sistemas de transporte, así como de los procesos de integración que han experimentado diversas regiones del mundo.
- El turismo juega también un papel significativo en el alivio de las condiciones de pobreza que es cada vez más reconocido por gobiernos nacionales y organismos multilaterales. Al requerir mano de obra intensiva y desarrollarse en lugares alejados de los polos económicos tradicionales de los países, su rol en la generación de empleo en áreas rurales remotas donde existen altos niveles de subdesarrollo es importante.
- El turismo es uno de los mayores sectores de exportación y también un factor de superávit para la balanza de pagos de la mayoría de las economías emergentes en el mundo.
- La OMT calcula que el sector turístico ocupa alrededor de un 10% de la población activa del mundo, no solo en empleo directo sino también en indirecto. Sin embargo, el empleo en el sector turístico depende en gran medida de aspectos como la estacionalidad, pues un gran número de puestos de trabajo se crean en temporada alta y la situación macroeconómica.
- El turismo, como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas locales, ya que incluso en los países más desarrollados, este sector está compuesto principalmente por PYME y a pesar de ser una actividad que requiere de fuertes inversiones en infraestructura y equipamientos, también utiliza mano de obra de forma intensiva por lo que ofrece numerosas oportunidades de trabajo y negocio para las mujeres y los jóvenes.

- Sin embargo, el turismo, como toda actividad económica, puede acarrear altos impactos a las comunidades receptoras. La revalorización de los recursos autóctonos se materializa muchas veces en procesos inflacionarios, derivados de un aumento de la demanda de la tierra, el agua o los alimentos; el resultado es el encarecimiento de la canasta familiar, la dificultad de acceder a una vivienda o la expulsión de campesinos por el aumento de las rentas agrarias.
- De acuerdo a cifras de la Organización Mundial de Turismo (Panorama Mundial Turístico 2011), durante la primera década del siglo 21, la llegada de turistas internacionales pasó de 675 millones en el 2000 a 940 millones en el 2010. En este mismo periodo los ingresos por turismo internacional al nivel mundial, se elevaron de 475 a 919 mil millones de USD.
- Del total del movimiento de turistas internacionales, 53.4% llegaron a países definidos como economías avanzadas, mientras que el 46.6% lo hicieron a naciones con economías emergentes.
- En orden de importancia, los diez principales mercados de recepción turística, son los siguientes: Francia, Estados Unidos, China España, Italia, Reino Unido, Turquía, Alemania, Malasia y México.
- En ese mismo orden, se describen los países con mayor gasto turístico: Alemania, Estados Unidos, China, Reino Unido, Francia, Canadá, Japón, Italia, Federación Rusa y Australia
- Para 2010, la OMT estima que la llegada de turistas internacionales ascendió a 940 millones de personas en todo el mundo, cifra que supera en 58 millones a la registrada en 2009, lo que equivale a un crecimiento anual del 7 %.
- El continente americano recibe al 16% del turismo mundial y regionalmente es la tercera fuerza global de la industria sólo después de Europa y Asia Pacífico. Estados Unidos es el destino turístico más importante del planeta, mientras que México es el décimo. En términos porcentuales, tres países Estados Unidos (39.9%), México (15%) y Canadá (10.7%), reciben más del 65% del turismo que viaja a destinos del continente.
- Durante el año 2005, más de 108.5 millones de turistas viajaron a destinos ubicados en el continente, mientras que 154.4 millones lo hicieron durante el 2010. En términos de ingresos, en el año 2005, el continente tuvo un ingreso global turístico mayor a los 145.2 miles de millones de USD, que se elevaron a 182.1 para el 2010.
- Las perspectivas para la industria en el continente son promisorias. La OMT (Panorama Mundial Turístico 2011), estima que para el año 2020, América

recibirá 282 millones de turistas lo que representará el 18.1% del mercado mundial.

- La historia señala a Tijuana como el primer destino turístico internacional de nuestro país por la prohibición de la venta del alcohol en los Estados Unidos durante la primera década del siglo XX, aunada a la relativa estabilidad del país, especialmente en las ciudades fronterizas del noroeste del país donde se establecieron centros de apuestas, motivo por el que los primeros resultados del turismo fueron severamente criticados.
- En 1926 la Ley de Migración mexicana incluye por vez primera el concepto de turista: extranjero que visita el país por distracción y recreo y su permanencia es menor a 6 meses
- En 1939 se crean el departamento de turismo y la Comisión Nacional de Turismo. En 1947 se regula el oficio de guía de turistas, así como la actividad de agencias de viaje. Estos incipientes esfuerzos permitieron que el número de turistas foráneos creciera de 14 mil turistas en 1929 a 384 mil en 1950.
- El auge turístico de México como destino internacional comenzó al mismo tiempo que el de la industrial al nivel mundial, en la década de los cuarenta con el impulso del puerto de Acapulco, como sitio de recreo para el turismo extranjero. Su fama de una ribera fantástica y un clima siempre agradable se propaga de tal forma que para la década de los 1970, Acapulco está conectado por vía aérea no sólo con Estados Unidos, sino con Perú, América Central, Australia y el Reino Unido. Acapulco era entonces un atractivo para el turista mundial a la par de Rio de Janeiro, la Riviera Francesa y Hong Kong.
- En 1974 se funda Fonatur, como parte de una política pública de desarrollo de destinos turísticos a partir de un esquema de planeación de su promoción, crecimiento e impacto ambiental que ha resultado en sitios como Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Loreto y Huatulco.
- Hoy la vocación turística de México, que es el décimo destino al nivel mundial y ocupa el sitio 19 por ingresos turísticos, es similar a la de naciones como Turquía, Malasia y Tailandia. En los cuatro casos, son naciones que reciben más de 15 millones de turistas internacionales, todas favorecidas por el interés en sus playas pero que han sabido capitalizar también su historia milenaria y folclor de las raíces de sus habitantes nativos.
- La OMT estima que el ingreso de divisas por visitantes internacionales a México en 2010 fue de 11,872 millones de dólares, 5.3 por ciento más que en el 2009, de los cuales se calcula que más del 80% correspondió a turistas al interior y fronterizos y el restante a excursionistas transfronterizos y en crucero.

- El turismo doméstico responde por el 85 por ciento del consumo nacional en este sector de la economía. Al cierre del 2009, se registraron 57 millones de turistas nacionales en hotel, principal indicador de este segmento.
- A fines de 2009, la oferta de alojamiento nacional se conformó por 623,555 cuartos, cifra superior en 3.3 por ciento a la reportada en 2008. Las entidades de Quintana Roo, Jalisco, Sinaloa, Chihuahua, Oaxaca, Veracruz y Nayarit fueron las que contribuyeron en mayor medida a este incremento.
- Durante el periodo enero de 2007 a junio de 2010, la balanza turística acumuló un superávit de 16,454 millones de dólares. De acuerdo a la Cuenta Satélite del Turismo de México (CSTM) 2003-2007 publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, el Valor Agregado Bruto Turístico representó 8.1 % del correspondiente al total del país, cifra superior a la del producto generado, de manera conjunta, por actividades económicas como la agricultura, la industria alimentaria, de la madera, del papel y de la química.
- De Acuerdo a los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) emitidos por el INEGI, al 2010 casi 3 millones de personas laboraban en el sector turístico en nuestro país (2,977,420) de los cuales el 58% son mujeres.
- El estado de Veracruz tiene múltiples sitios con enorme potencial para la atracción de viajeros en segmentos como el turismo de sol y playa, naturaleza, cultural y de negocios. De acuerdo al COPLADEVER, el Turismo aportó el 5.63% del PIB Estatal en el año 2007.
- Veracruz cuenta una amplia estructura de organizaciones privadas y sociales e instituciones públicas que fomentan la actividad turística dentro del Estado y sus municipios.
- El gobierno estatal tiene varias dependencias y organismos con incidencia en el sector como la Secretaría de Turismo y Cultura, que lo norma en el ámbito local, el organismo público descentralizado Oficina de Visitantes y Convenciones del Estado, la Comisión Ejecutiva para el Fomento del Turismo de Veracruz y el Consejo Consultivo de Turismo.
- Dentro del orden de gobierno municipal, tenemos que 59 ayuntamientos cuentan con una estructura ejecutiva para el fomento del turismo al nivel local.
- En el estado existen ocho asociaciones de hoteleros, seis representaciones de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados, 22 de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios Turísticos, además, de 42

centros de enseñanza turística, de los cuales 1 es de nivel básico, 17 de nivel medio superior y 25 de nivel superior.

- Con una infraestructura de hospedaje de 1329 establecimientos y más de 38 mil habitaciones, Veracruz ocupa el cuarto lugar nacional en concentración de cuartos después de Quintana Roo, Distrito Federal, Guerrero y Jalisco. La distribución de servicios de hospedaje es la siguiente: Veracruz-Boca del Río 29.1%, Xalapa 8.8%, Tecolutla 5.5%, Poza Rica 5.3%, Coatzacoalcos 5.2%, Córdoba 5.1%, Orizaba 3.9%, Tuxpan 3.5%, Minatitlán 3.2% y Catemaco 2.1%.
- El promedio anual de ocupación en el Estado es de 48.75%. Las temporadas en donde se registra un mayor flujo de visitantes son Semana Santa, Verano y Navideña. Otros eventos que conllevan el desplazamiento de los turistas hacia el Estado son Candelaria, Carnaval, Cumbre Tajín y Día de Muertos, pero éstos dependen de las fechas en que se realicen y de que se otorguen días de asueto en escuelas, dependencias y establecimientos.
- La llegada de turistas pasó de 6´459, 204 registrados en el 2005 a 7´947,536 en el 2009. En ese mismo periodo la derrama económica se elevó de alrededor de 4, 400 millones de pesos a más de 6,288 millones.
- En el primer trimestre del 2007, el sector Restaurantes y servicios de alojamiento del estado generaba 163,318 puestos de trabajo, cifra que se elevó a 228,931 en el mismo periodo del 2010.
- El mandato de reformar las legislaciones estatales de la materia, establecido en el articulado transitorio de la Ley General de Turismo, promulgada por el Congreso de la Unión en junio del 2009, fue aprovechado para convocar a todos los actores involucrados en el sector a participar en la definición de un ordenamiento que previera aspectos fundamentales para reafirmar la soberanía estatal en el sector turístico.
- De esta manera, la Ley número 843 de Turismo para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave que fue aprobada unánimemente por el Congreso del Estado es un ordenamiento que, mediante instrumentos innovadores en el ámbito nacional, establece bases claras de coordinación entre los tres órdenes de gobierno, define lineamientos para la planeación de las acciones públicas de fomento y promoción de la actividad y plantea previsiones para mejorar la calidad de los servicios a nuestros visitantes, lo que permitirá orientar desde una perspectiva estatal, el desarrollo sustentable del sector turístico de la entidad.
- Mediante el énfasis en la planeación y la medición como ejes para el desarrollo de la actividad turística en el estado, el ordenamiento resuelve la problemática implícita en la ausencia de previsiones que definieran esquemas de planeación desde el sector público para el crecimiento del turismo desde una óptica de sustentabilidad, así como de un sistema para la medición de los diversos indicadores que integran el comportamiento económico del ramo.
- En este rubro y ante la carencia de información sobre el desempeño de los diversos indicadores que componen la actividad turística estatal, la legislación

creó el Sistema Estatal de Información Estadística Turística que integrará periódicamente un Diagnóstico Estatal sobre la actividad turística del Estado mediante el levantamiento de información sobre los variados aspectos socioeconómicos en los que ésta incide dentro del ámbito estatal

- En lo tocante a la planeación, la ley estatal estableció diversos instrumentos que fortalecen la coordinación entre dependencias para la atención de la actividad, amplían los espacios de participación social en la definición de acciones para su fomento y permiten afianzar la importancia estratégica de la actividad turística para el desarrollo económico y social de la entidad, como su incorporación a las cadenas productivas regionales y municipales, su inclusión en el Plan Veracruzano de Desarrollo y en programas académicos de las instituciones educativas desde los niveles básicos.
- Además, en un título específico del ordenamiento se definen los elementos que deberán ser previstos para la elaboración del programa sectorial en materia turística, tales como su armonización con el Plan Veracruzano de Desarrollo y las directrices previstas en el Plan Nacional de Desarrollo y en el Programa Nacional de Turismo.
- En este título también se estatuye el Índice de Vocación Turística de los municipios del estado, como un conjunto de variables de sustentabilidad, que permitirán definir su potencial turístico, cuyo fin es mejorar los procesos de planeación del sector, optimizar los recursos destinados a fomentar el desarrollo del turismo e impulsar y promover el potencial turístico al nivel municipal.
- Este instrumento pretendió resolver el problema que representaba para la Secretaría de Turismo y Cultura, en tanto dependencia rectora del rubro en la entidad, la ausencia de un marco de referencia metodológico para determinar cuáles de los 212 municipios de Veracruz reúnen características suficientes para calificar como demarcaciones con potencialidad turística. Esto es particularmente importante en un Estado como el nuestro en el cual, a diferencia de otras Entidades federativas que también son destinos turísticos como Baja California o Quintana Roo, concurren un gran número de demarcaciones municipales y entre éstas, existen abismales diferencias entre los niveles de desarrollo, infraestructura pública y de servicios turísticos o aptitud como destino en los diversos segmentos de la industria.
- El problema no era menor, si consideramos que la escasez de recursos para el fomento de la actividad a nivel municipal, obliga a su priorización a efecto de potenciar al máximo los beneficios de las inversiones públicas en la materia. En adición, la implementación de un sistema para medir objetivamente el potencial turístico, constituye un esfuerzo inédito a nivel nacional que sitúa a Veracruz a la vanguardia nacional en este rubro.
- La legislación dividió en dos partes lo referente a este indicador. En la primera, planteada en los artículos del 39 al 44, define al Índice, plantea sus cuatro variables de análisis, describe el procedimiento así como los requisitos que deberán cumplir los ayuntamientos para solicitar su inclusión en el padrón de municipios con vocación turística, además de establecer las facultades de la secretaría estatal del ramo para evaluar los estudios, emitir los lineamientos

técnicos para la cuantificación de cada variable de análisis y otorgar la denominación de “Municipio con Vocación Turística”, con fundamento en el resultado de la evaluación

- La segunda parte integra el título sexto De las regiones, los municipios y las zonas de desarrollo turístico sustentable y establece a detalle, en los artículos 55, 56 y 57 los beneficios y obligaciones inherentes a la calidad de municipio con vocación turística.
- La nueva legislación turística estatal, también introdujo previsiones en rubros que refuerzan el papel de la industria turística como uno de los ejes de la economía veracruzana, entre los que destaca el establecimiento de la Certificación Laboral Veracruz Turístico, la creación del Premio Veracruz a la Calidad Turística, la facultad de la secretaría del ramo para implementar acciones tendentes a fomentar entre turistas y prestadores de servicios, el conocimiento de las medidas que el Sistema Estatal de Protección Civil dictamine para enfrentar cualquier contingencia que ponga en riesgo su integridad física, integrada al título décimo segundo del mismo.
- Además, el nuevo ordenamiento contempla una estructura de sanciones fundamentadas en el procedimiento administrativo establecido en el código estatal de la materia que, al tiempo de asegurar los derechos de los prestadores de servicios, permite a la secretaría tutelar de manera efectiva la adecuada operación de las empresas del sector residentes en el Estado.
- Es evidente la necesidad del involucramiento eficaz del orden de gobierno municipal en crear las condiciones dentro de su ámbito territorial para el óptimo crecimiento de la industria turística, sobre todo cuando consideramos que es dentro del territorio de los municipios donde se localizan los atractivos que generan el flujo de visitantes. Los ayuntamientos tienen la responsabilidad política de impulsar la actividad económica dentro de sus municipios por el impacto en la generación de empleos y en general en la elevación del nivel de vida de los habitantes de sus demarcaciones.
- Esta responsabilidad de los ayuntamientos es plenamente reconocida por las leyes que rigen la materia turística tanto en el ámbito federal como en el estado de Veracruz.
- La Ley General de Turismo, dispone que a los municipios les concierne, entre otras atribuciones, la planeación, programación, fomento y desarrollo de la actividad turística; la participación en los programas locales de ordenamiento territorial turístico; la promoción del impulso a la mediana, pequeña y micro empresa turística, así como la recepción y canalización de las quejas de los turistas ante las autoridades correspondientes para su atención
- También la legislación de un estado como el nuestro, donde concurren un gran número de demarcaciones municipales entre las que existen abismales diferencias en sus niveles de desarrollo, el modelo de impulso al turismo plantea que todas las interacciones de la actividad recaen sobre un territorio específico, el Municipio, por lo que éste debe convertirse en agente facilitador para este fin.
- Por su parte, la ley 843 de Turismo para el Estado de Veracruz, establece una serie de atribuciones y responsabilidades para los Ayuntamientos entre las

que destacan la elaboración, conducción y evaluación de la política turística municipal; la formulación, ejecución y evaluación de un programa de Desarrollo Turístico Municipal; establecer el Consejo Municipal de la materia; participar en el diseño y ejecución del Programa de Ordenamiento territorial, así como en el diseño, instrumentación, ejecución y evaluación de las acciones para el desarrollo turístico sustentable; realizar el diagnóstico para ser considerado como municipio con vocación turística dentro de los lineamientos establecidos por la Secretaría estatal del ramo y formular y conducir la política municipal de información y difusión en materia turística, entre otras.

- El análisis de ambas legislaciones arroja que los ayuntamientos tienen un entramado jurídico adecuado para convertirse en agentes detonadores del desarrollo de la industria turística dentro de sus localidades.
- El estudio enfatiza la importancia del involucramiento del orden de gobierno municipal en otros aspectos que afectan al desarrollo de una industria que basa su éxito en la oferta de experiencias gratificantes a los viajeros. Se estima como necesario que los ayuntamientos definan acciones que atiendan tanto al cuidado de los atractivos naturales, arquitectónicos o culturales existentes en su territorio, como al fortalecimiento de un ambiente de calidez y atención al visitante.
- La exigencia de que la sustentabilidad vertebré el desarrollo de la industria turística, que es reconocida tanto en programas federales del rubro como Agenda 21 como en la ley de turismo estatal, es un área donde la participación de los ayuntamientos es fundamental
- Para la ley estatal, turismo sustentable es aquel que cumple con tres directrices: a) Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica; b) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y sus valores tradicionales y contribuir al entendimiento y a las tolerancias interculturales. c) Asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas y que contribuyan a la reducción de la pobreza.
- Sin embargo, la existencia de atractivos naturales y culturales es sólo una parte de la experiencia de los viajeros que debe ser complementada con atención y hospitalidad. Por ello, la ley reconoce la necesidad de fortalecer una cultura turística en el estado a partir de dos enfoques, uno que hace énfasis en la sustentabilidad de la industria a partir del cuidado del entorno natural y la promoción de las manifestaciones culturales locales y otro que impulsará entre los prestadores de servicios y la ciudadanía en general la adopción de estándares de calidad mundial en la recepción a los visitantes.

- Por lo que toca al Índice de Vocación Turística, la ley dispone todos los municipios del Estado podrán ser considerados para formar parte del padrón de Municipios con Vocación Turística, por acuerdo de la Secretaría, previa elaboración de un diagnóstico que considerará cuatro variables: atracción turística; servicios turísticos; infraestructura y superestructura. Los ayuntamientos que quieran formar parte de ese padrón deberán remitir a la Secretaría del ramo estatal, una solicitud aprobada por el Cabildo la cual deberá acompañarse del diagnóstico correspondiente.
- De acuerdo a estas previsiones, el estudio que se presenta propone el diseño de un cuaderno de cargos como primer elemento para la integración de una metodología que nos permita determinar la vocación turística de los municipios del estado, el cual se presenta en forma esquematizada para cada una de las variables a analizar. El cuaderno de cargos propuesto, con las mejoras que se consideren convenientes, será entregado por la Secretaría de Turismo y Cultura a los Ayuntamientos que inicien los trámites para su inclusión en el padrón de Municipios con Vocación Turística del Estado.
- A efecto de optimizar la utilidad del estudio como documento rector del desarrollo de la actividad al nivel municipal, se propone integrar información complementaria como el Inventario Municipal de Proyectos; un análisis bajo la metodología FODA de la mayor parte de los aspectos que inciden en la industria turística de los municipios que lo elaboraran; el resumen de las conclusiones del levantamiento de un sondeo de opinión entre los visitantes del municipio, similar al estudio de perfil y grado de satisfacción de los visitantes que se realiza en el ámbito nacional, así como la inclusión de un catálogo fotográfico digital que contenga los atractivos turísticos de cada municipio, para su posterior utilización como sustento de imagen para instrumentos promocionales.
- El segundo elemento de la metodología para determinar la vocación turística de los municipios del estado es un procedimiento que permite evaluar la información resultante de la formulación del cuaderno de cargos.
- La propuesta que se plantea responde a lo expuesto por el artículo 42 de la ley que establece que para la realización de los estudios que determinarán el Índice de Vocación Turística, la Secretaría procederá a emitir los lineamientos técnicos para la cuantificación de cada variable de análisis e indicadores, así como los parámetros de evaluación y pretende constituirse en una contribución para definir esos lineamientos técnicos y procedimientos de evaluación de esta indicador.
- El método de valoración propuesto, permite al evaluador determinar calificaciones para los aspectos cuantitativos y cualitativos requeridos en el cuaderno de cargos, mediante la utilización de valores numéricos. Establece también un método para la ponderación diferenciada de cada variable y para la determinación de su valoración general.
- Se realizaron dos estudios de caso de acuerdo a la metodología propuesta, para los municipios de Veracruz y Tlapacoyan. En ambos casos la evaluación determinó que los municipios analizados tienen vocación turística

- Más allá del procedimiento de evaluación descrito, cuyo diseño responde a la necesidad de sustentar con elementos de objetividad a una decisión que se tomará por razones de conveniencia política, la principal aportación de la propuesta, reside en delinear una metodología que considera las particularidades del sector turístico estatal, lo que permitirá definir desde una óptica local, las perspectivas de la industria al nivel municipal.
- Para un estado como Veracruz, cuya enorme diversidad regional se tradujo en la existencia de 212 ayuntamientos, contar con evaluaciones de la industria turística de buena parte de esos municipios, representará un enorme avance que nos permitirá determinar de mejor manera un futuro sustentable para un sector económico que contribuye a mejorar el nivel de vida de los veracruzanos

Referencias

Barómetro OMT del Turismo Mundial, octubre 2010

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf>

Diagnóstico sobre el sector turístico del estado de Veracruz; mimeo SECTURC, septiembre de 2010.

Fernández Mojica Nohemí; Instrumentos de evaluación en la Investigación Educativa; Trillas 2010

Fernando Lara de Vicente; Tomás J. López-Guzmán Guzmán; Universidad de Córdoba (España) El turismo como motor de desarrollo económico en ciudades patrimonio de la humanidad

Guía para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de un territorio; Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2008

INEGI; Anuario Estadístico de Veracruz de Ignacio de la Llave del 2010

Ley 843 de Turismo para el Estado de Veracruz publicada en la G.O.E., el 10 de agosto del 2010

Ley general de Turismo, publicada en el D.O.F., el 17 de junio de 2009

Panorama OMT del turismo internacional Edición 2011

Secretaría de Turismo; Cuarto Informe de Labores 2010

Terrazas, Gerardo. Breve historia del turismo en México: Desde el primer hotel hasta las primeras rutas aéreas comerciales [Internet]. Versión 7. Knol. 2011 ene 21. Disponible en: <http://knol.google.com/k/gerardo-terrazas/breve-historia-del-turismo-en-méxico/3aqzllwc01v9d/2>.